



Novas interpretações para o consumo de massa no Brasil: uma análise sob a ótica dos planos econômicos

New interpretation for mass consumption in Brazil: an analyzes under the optics of economic plans

Mariângela Alice Pieruccini Souza¹
Daiane Kachuba²

Resumo

Este trabalho analisa a estrutura do consumo de massa no Brasil, contextualizando as transformações econômicas desde 1950 até 2012 e aprofundando as análises a partir da década de 1990. Com a introdução do Plano Real, procurou-se interpretar a expansão do crédito e o aumento da renda das famílias. Os resultados evidenciam a transformação de uma economia rural para uma urbana e industrializada, favorecendo a ampliação do consumo de massa no período observado. Com a estabilização da moeda, na década de 1990, a redução da inflação estimulou o aumento da demanda e da atividade econômica, permitindo que grande parte da população brasileira experimentasse novas situações de consumo e de renda. Na década de 2000, o consumo das famílias de baixa renda se elevou e houve melhora na condição de vida da população, devido à expansão do crédito e à implantação de programas de distribuição de renda do governo.

Palavras-chave: Consumo de massa. Mercado consumidor. Renda. Crescimento.

Abstract

This paper analyzes the structure of mass consumption in Brazil, contextualizing the economic changes from 1950 to 2012, especially since the 1990s. After the introduction of the Real Plan, we interpret the expansion of credit and the increase in household income. The results show the transformation from a rural economy to an urban and industrialized, amplifying the expansion of mass consumption in the period observed. Owing to the monetary stabilization policy in 1994, the fall in prices encouraged an increase in demand and also in economic activity, allowing people to achieve more income and consumption. During the 2000s, the consumption of low-income families increased and there was an improvement in the welfare state of the population due to credit expansion and income distribution policies.

Keywords: Mass consumption. Consumer market. Income. Growth.

Artigo recebido em 15 de maio de 2015 e aprovado em 21 de setembro de 2015.

¹ Doutorado em Desenvolvimento Regional e Urbano pela Universidade Federal de Santa Catarina (2007), professora da Universidade Estadual do Oeste do Paraná, membro do Grupo de Pesquisa em Agronegócio e Desenvolvimento Regional – GEPEC. Docente do Programa de Pós Graduação em Engenharia Agrícola – PGEAGRI, Unioeste.

E-mail: mpieruccini27@hotmail.com

² Graduada em Ciências Econômicas pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná (2013).

E-mail: daianekachuba@hotmail.com

Introdução

A sociedade contemporânea vivencia uma condição muito particular, já que, diante de um ciclo de vida dos produtos cada vez mais curto e com a exacerbação do consumo de massa, torna-se mais difícil separar as dimensões do que seja consumo básico daquele relativo ao *status* social de cada indivíduo. A decisão de consumir é tomada para suprir as necessidades, mas também para manter certa posição perante a sociedade. Nesse sentido, o sistema capitalista assume características que fazem com que o consumo se renove incessantemente. A renovação em tais condições de consumo de bens e serviços cria uma nova condição de vida da população mundial que se reflete também na economia brasileira.

No Brasil, a estrutura de consumo sofreu transformações ao longo dos anos. Desde a década de 1930, o processo de substituição de importações modificou substancialmente as características da economia brasileira, industrializando-a e urbanizando-a. Houve forte avanço do setor industrial, visando o atendimento do mercado interno e de medidas que protegessem a indústria nacional da concorrência externa, além de aumentar a competitividade e a rentabilidade da produção doméstica, a renda nacional e a demanda agregada. (GREMAUD; VASCONCELLOS; TONETO JR., 2009).

Com a abertura comercial no início dos anos 1990 e, principalmente, com o processo de estabilização, a partir do Plano Real em 1994, a sociedade brasileira passou a experimentar novas situações de consumo e renda. Como exemplo dessa nova realidade, cita-se a paulatina retirada de mecanismos de proteção à indústria brasileira e a crescente inserção de produtos importados, ocasionando uma mudança significativa na estrutura da oferta de bens, bem como em sua qualidade. Este artigo questiona, portanto, as configurações da estrutura do consumo de massa e as possíveis alterações na composição desse consumo na economia brasileira a partir dos anos 1990. Especificamente, procurou-se identificar o contexto histórico e econômico do consumo de massa no Brasil, considerando o contexto histórico e apresentando as possíveis alterações no período após a década de 1990.

A partir das reflexões propostas, o estudo se justifica pela necessidade de repensar as escolhas contidas nas condições de consumo no Brasil diante de um conjunto de recursos produtivos escassos, não apenas para promover a ampliação do bem estar na sociedade, mas também pela preocupação com a sustentabilidade dos recursos, mediante a busca de novas

orientações tecnológicas, e com a diversificação e a ampliação da quantidade de bens de consumo duráveis nos domicílios brasileiros.

O trabalho está dividido em cinco seções, incluindo esta breve introdução. A segunda seção estrutura o enfoque teórico e faz uma revisão da literatura sobre o consumo de massa, incorporando as novas abordagens comportamentais, orientadas pela interface entre Economia, Psicologia e Sociologia. A terceira seção contempla as questões relativas ao consumo de massa no Brasil, orientadas pela estrutura dos planos econômicos, de 1950 até meados da década de 1990. A quarta seção analisa, especialmente, as alterações ocorridas a partir da implantação do Plano Real, que estabilizou a inflação e fez com que houvesse crescimento da demanda, expansão da atividade econômica e aumento das operações de crédito³. Por fim, apresentam-se as considerações finais.

1 Consumo de massa e as novas abordagens comportamentais

As leituras acerca do comportamento humano e consumo acompanham o debate econômico ainda em suas primeiras incursões. A intenção do ato de consumir é confundida e interpretada como utilidade. Na sociedade contemporânea, o consumo é um processo social que diz respeito às formas de provisão e acesso aos bens e serviços; é um mecanismo produtor de sentido e de identidades, além de definir estilo de vida. (BARBOSA; CAMPBELL, 2006).

Com o maior acesso das classes populares aos bens de consumo e a ascensão da moda, o ato de consumir passa a ser, gradativamente, um representativo de estilo e estética, em lugar de utilidade e função. (SOUZA, 2011). Em uma economia de mercado, quando o consumo de mercadorias, por parte dos trabalhadores, entra em uma fase de crescimento rápido, o capitalismo ingressa no que foi denominado de revolução do consumo de massa. (MEDEIROS, 2009). Nesse sentido, consumo de massa pode ser definido como aquele que tem aceitação pela maioria da população. Segundo Pinheiro (2000), subentende-se que tal noção implica tanto na totalidade do público, quanto na massificação, ou seja, diversificação de consumidores em relação a campos de produção e circulação de mercadorias.

³ A identificação do contexto histórico e econômico do consumo de massa no Brasil ocorreu por meio da releitura dos planos econômicos. A revisão proposta contempla, portanto, a formulação e execução do Plano de Metas; do Plano de Ação Econômica do Governo (PAEG); do Plano Nacional de Desenvolvimento (PND); do período de combate inflacionário com os Planos Cruzado, Bresser, Verão e Collor, bem como, por último, do Plano Real.

O Brasil possui um amplo mercado interno de consumo de massa, que aumenta proporcionalmente ao crescimento da distribuição de renda. Além disso, tem-se uma estrutura produtiva potencialmente capaz de realizar boa parte da produção correspondente, nos setores primários, industriais e de serviços. (BIELSCHOWSKY, 2012). É possível acrescentar que o aumento do poder aquisitivo das famílias amplia a demanda por bens e serviços, tais como alimentos processados, vestuário e calçados, artigos de higiene e limpeza, produtos farmacêuticos, equipamentos eletrônicos, eletrodomésticos, materiais de construção, mobiliário, serviços de transporte, energia elétrica, telefonia e entretenimento. (BRASIL, 2003). Destaca-se, desde 1960, a diversificação e a ampliação da quantidade de bens de consumo duráveis nos domicílios brasileiros, criando uma tendência à generalização de alguns bens, como o rádio, a televisão e a geladeira, os quais modificaram consideravelmente o perfil de consumo dos brasileiros. Além desses bens, estão presentes nos domicílios brasileiros o telefone fixo, o videocassete (anterior aos aparelhos de DVD), a máquina de lavar roupa, o automóvel, o microcomputador, o micro-ondas e o ar-condicionado. (ALVES, 2004).

O consumo de massa sustenta-se em ganhos de produtividade e de eficiência, bem como em ganhos derivados do processo de aprendizado e de inovação, que acompanham os investimentos em expansão da produção de bens de consumo. As políticas sociais viabilizam o consumo ao aumentar o poder aquisitivo das famílias e reduzem a pressão da oferta de mão-de-obra sobre o mercado de trabalho, favorecendo a transmissão dos aumentos de produtividade aos salários. (BRASIL, 2003).

O consumo de massa pode ser entendido segundo novas abordagens, as quais mostram interdisciplinaridade entre a Economia, a Sociologia e a Psicologia. Tais abordagens orientam a reflexão sobre o comportamento humano e o consumo no contexto contemporâneo.

Para que as necessidades básicas e as novas demandas de consumo sejam supridas, diante da complexa evolução da sociedade e da economia em seus estágios de produção, as lições mais elementares de economia relacionadas às escolhas fazem parte do cotidiano de cada agente econômico. (SOUZA; SAMBATTI; PAPANI, 2010). De acordo com Costa (2009), a Economia Comportamental surge com a finalidade de investigar o comportamento econômico dos indivíduos nas decisões de compra, venda e investimento diante das diversas opções de escolha que o mercado oferece.

Para Macedo Jr.; Kolinsky; Morais (2011), os indivíduos agem para realizar seus desejos e para satisfazer regras morais ou convencionais, situações que os obrigam a enfrentar escolhas e decisões constantemente. As decisões, por sua vez, são atos mentais, que dependem da interação, da motivação e das emoções dos indivíduos com o meio social e cultural em que se encontram, bem como da capacidade de evolução e de adaptação do ser humano. Portanto, o entendimento da tomada de decisão no contexto econômico se apresenta bastante complexo.

Dentre as inúmeras situações que envolvem a tomada de decisão de um agente econômico, encontra-se a decisão de consumo. Desse modo, há que se destacar que as escolhas dos consumidores são subjetivas, o que pode levar ao desperdício de recursos naturais e materiais. A mudança constante dos anseios de consumo é influenciada pela reduzida durabilidade dos produtos e pelo estímulo ao consumo de massa, sendo promovido por campanhas publicitárias e por diversificação da oferta, que ampliam os desejos dos consumidores.

Na sociedade de consumo, o principal objetivo nas interações humanas é o encontro dos consumidores com os objetos de consumo, sob as regras definidas pelo mercado. Toda mercadoria necessita ser consumida e deve satisfazer aos desejos de consumo. O preço que os consumidores estão dispostos a pagar depende da credibilidade do produto e da intensidade de seus desejos. Nessa sociedade, a escolha aprovada incondicionalmente expressa sua adaptação à cultura de consumo. Ademais, a tomada de decisão do consumidor está inserida no ambiente social existente. (BAUMAN, 2008).

As ações e decisões são tomadas num mundo que se impõe aos sentidos (visão, audição, paladar, olfato e tato) e que molda a capacidade, os desejos e as reações emocionais do ser humano ao longo de sua evolução. Cada cultura conduz a diferentes comportamentos de decisão, decorrentes da relação entre o indivíduo e a comunidade a que pertence. A cultura influencia as preferências e os objetivos determinantes das decisões. (MACEDO JR.; KOLINSKY; MORAIS, 2011). Segundo França (2012), para compreender a sociedade capitalista, é preciso focar no processo produtivo e, principalmente, no consumo, já que o mercado exerce significativa influência na construção das identidades dos indivíduos.

Assim, as novas abordagens que tratam da economia comportamental levam em consideração a relação existente entre a interface econômica com a psicológica e a sociológica, buscando explicar o comportamento do consumidor e a tomada de decisão e

discorrendo sobre as perspectivas na análise do consumo no ambiente capitalista (nas estruturas de produção próprias ao capitalismo).

No que tange à contribuição sociológica, o conceito de consumo assume grande variedade de significados. Portanto, a explicação conceitual pode implicar no estudo da satisfação de necessidades ou desejos, desde o consumo de alimentos e vestuários até a compensação de sentimentos, da comunicação das diferenças sociais e da simbolização de sucesso e poder até as formas de comunicação interpessoal. (RIBEIRO, 2008).

Os indivíduos buscam no consumo das mercadorias a imagem e o desejo da ascensão social e econômica. O consumo passou a ser importante ferramenta na satisfação dos desejos subjetivos dos indivíduos, e a posição de uma marca no mercado determina a posição social de seu consumidor e o seu estilo de vida. (FRANÇA, 2012).

De acordo com Ribeiro (2008), o consumo é um produto social e as escolhas são determinadas pela estrutura social, ou seja, as necessidades são geradas e satisfeitas em um contexto de interdependências entre vários agentes, tais como família, amigos, grupos de referência, estrato social, sistema educativo e quadro ocupacional, enquadrando-se em expectativas e interpretações sociais que fazem extravasar o consumo de mera função utilitária.

Para França (2012), o consumo se caracteriza como processo social espelhado nos valores culturais, os quais estão vinculados às mercadorias, considerando a cultura como dinâmica e formada conforme o contexto. Com a disseminação da cultura de consumo, o indivíduo busca realizar-se através deste, na medida em que procura nas mercadorias elementos simbólicos que atendam suas necessidades psicológicas, e que modifiquem seus níveis de bem estar.

A Sociologia aceita que a aquisição, a posse e a exibição de bens representem uma das formas de exprimir *status* e que se fazem consoante ao estrato ou classe social que o indivíduo pertence, ou seja, o ato de consumir constitui imperativos das decisões de consumo dos indivíduos e grupos. (RIBEIRO, 2008).

No que tange à interface psicológica, o estudo do comportamento econômico dos indivíduos, para Ferreira (2007), pode representar uma possibilidade de debater fenômenos “*psico-econômicos*”, de modo a contribuir para políticas econômicas. Portanto, a

compreensão psicológica dos fenômenos econômicos pode colaborar com a reflexão de inúmeros problemas socioeconômicos.

Portanto, a junção da Economia e da Psicologia possibilita explicar fenômenos econômicos tingidos pela participação humana, bem como pelas limitações e pelos movimentos que lhe são inerentes; já que o comportamento de indivíduos divergia do esperado pelas premissas econômicas da teoria neoclássica, que postula a racionalidade dos agentes econômicos. (FERREIRA, 2007).

Segundo Kahneman (2012), a teoria da utilidade esperada serviu de base para o modelo de agente racional e continua sendo a teoria mais importante nas ciências sociais, mas não foi formulada para ser um modelo psicológico, e, ao contrário, foi uma lógica de escolha baseada em regras elementares de racionalidade. Assim, adota-se a teoria da utilidade esperada para cumprir um papel duplo: a lógica que prescreve como as decisões devem ser tomadas e a descrição de como os indivíduos fazem suas escolhas.

Em suma, as novas contribuições teóricas voltadas à questão do consumo na sociedade capitalista vêm, aos poucos, permitindo abordagens mais consistentes e próximas à realidade experimentada pela sociedade em diferentes ambientes econômicos, diante de uma construção produtiva cada vez mais interligada e multidisciplinar.

Cabe acrescentar que, em termos de fundamentação teórica, a revisão proposta neste artigo não esgota as inúmeras possibilidades de interpretação do consumo de massa, mas, ao contrário, procura subsidiar, de certa forma, a análise dessas condições de consumo para a economia brasileira.

2 Análise das questões relativas ao consumo de massa no Brasil sob a ótica dos planos econômicos

Com o crescimento da economia brasileira ao longo do tempo, ampliou-se a diversificação e a quantidade de bens de consumo duráveis nos domicílios brasileiros. Nos Censos Demográficos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), as perguntas relacionadas ao consumo de bens foram ampliadas. Em 1960, o Censo questionava sobre a existência de fogão, geladeira, rádio e televisão. Em 2000, com o surgimento de novos produtos, acrescentou-se no questionário o forno de micro-ondas, a máquina de lavar roupa, o

videocassete, o automóvel, o ar condicionado, o telefone e o microcomputador. (ALVES, 2004).

Com a configuração da indústria como importante fator de crescimento do Brasil, as importações foram substituídas inicialmente por bens de consumo não duráveis, como alimentos e tecidos. Posteriormente, o processo substitutivo de importações se mostrou para bens de consumo duráveis e de capital. Até o final da década de 1970, a sociedade brasileira se transformou, passando de um país agrário, exportador de produtos primários, para uma sociedade de base urbano-industrial, em que mais da metade das exportações totais eram de produtos industrializados. (LACERDA *et al.*, 2003).

A estrutura dos planos econômicos e as orientações para o consumo de massa podem ser estudadas numa perspectiva histórica. Os planos econômicos são ferramentas utilizadas na economia que buscam ajustar variáveis como a inflação, a taxa de juros, o emprego e o crescimento. Além disso, as políticas fiscais e monetárias visam promover o equilíbrio do mercado e o desenvolvimento econômico e social. De acordo com o Quadro 1, tem-se os principais planos econômicos e suas principais características.

QUADRO 1 – Planos econômicos e periodização

| Plano Econômico | Principais características | Período |
|---|--|---|
| PLANO DE METAS | - Base de uma economia industrial madura, pois já havia uma trajetória do PSI (Processo de Substituição de Importações); - Setor de bens de consumo duráveis. | Pós-guerra (1956 – 1960) |
| PAEG – Plano de Ação Econômica do Governo | - Aumento do investimento e do emprego; - Correção da tendência ao desequilíbrio externo; - Promoveu o ajuste fiscal e econômico necessário ao crescimento após 1968 até 1973 (Milagre). | Gestão Campos e Bulhões (Pós 1964) |
| I PND – Plano Nacional de Desenvolvimento | - Modernização da empresa nacional; - Desenvolvimento tecnológico; - Investimento na infraestrutura e na indústria. | Período Inflacionário (1973) |
| II PND – Plano Nacional de Desenvolvimento | - Ajuste da estrutura de oferta de longo prazo; - Foco no crescimento econômico; - Crescimento com base no setor produtor de meios de produção – bens de capital e insumos básicos. | Período Inflacionário (1974 - 1980) |
| Mix Planos Ortodoxos e Heterodoxos ^a | - Congelamento de preços; - Inserção externa da economia brasileira; - Papel do Estado. | Período Inflacionário (1985 – 1994) |
| REAL | - Redução da inflação; - Crescimento da demanda e da atividade econômica; - Aumento do consumo e do investimento; - Aumento de parcelas para o consumidor. | Abertura Econômica e Estabilização (1994) |

Fonte: Elaboração própria, conforme Gremaud; Vasconcellos; Toneto Jr. (2009) e Fernández (1980).

Obs: (a) Cruzado (1986), Bresser (1987), Verão (1989), Collor I (1990) e Collor II (1991).

A intervenção do Estado na economia por meio dos planos de governo, em suas diferentes formulações e indicativos, sinalizou momentos distintos na economia brasileira, no que tange às dimensões do consumo de massa. Foi a partir dessa intervenção que houve a consolidação da produção industrial brasileira, ocorrida através de investimentos em infraestrutura de transporte e energia e na industrialização, transferindo os excedentes do setor agroexportador para a indústria. É importante salientar que a década de 1950 está amparada na base de uma economia industrial mais madura, ou seja, a resposta do consumo de massa nesse período é parte de uma composição estrutural iniciada nos anos 1930, por intermédio da substituição de importações. Tais condições permitiram a transição da sociedade rural para urbana, ou seja, a população que trabalhava no campo e produzia para o sustento passou a ofertar mão-de-obra para o sistema fabril, o que modificou o modo de vida da maioria da população, sugerindo uma condição de consumo diferenciada daquela própria à economia de subsistência.

Em meados dos anos 1950, durante a execução do Plano de Metas, o setor de bens de consumo duráveis ficou em evidência, já que o principal objetivo era estabelecer as bases de uma economia industrial madura⁴, baseando-se na existência de uma demanda reprimida por tais bens, que vinha da concentração de renda, a qual elevava os padrões de consumo de determinadas categorias sociais. (GREMAUD; VASCONCELLOS; TONETO JR, 2009).

Para Gremaud; Vasconcellos; Toneto Jr. (2009), pós 1964, a propensão marginal a consumir era elevada devido às medidas salariais favoráveis e a falta de controle sobre a expansão do crédito. Por isso, a instituição do PAEG objetivava conter o processo inflacionário, acelerar o ritmo de desenvolvimento econômico, atenuar os desequilíbrios setoriais e regionais, aumentar o investimento e o emprego e corrigir a tendência ao desequilíbrio externo. Cabe observar que a gestão de Campos e Bulhões implementou políticas restritivas; porém, tais políticas foram fundamentais ao crescimento da economia no período subsequente, conhecido como “milagre econômico”.

No período entre 1966 e 1970 é importante notar a expansão do emprego em serviços pessoais, que pode ser vista como uma forma de transferência do excedente de grupos médios para setores da população que não chegam a incorporar-se ao sistema como força de trabalho,

⁴ A indústria brasileira já existia em 1890 e tem início nas franjas da economia cafeeira, o consumo era incipiente, caracterizando uma mudança no modo de vida particular e, também, geral da população.

necessária para sua expansão. Essa transferência permite incorporar ao consumo, uma massa da população urbana, cuja demanda alimentava a expansão dos setores tradicionais, tais como indústria, comércio e serviços. (TAVARES, 1983).

Em 1973, houve a implantação do I PND, o qual visava realizar a modernização da empresa nacional, a eficiência do Governo, o desenvolvimento tecnológico, crescimento maior de 10% ao ano, além de implantar programas de investimento na infraestrutura e na indústria de bens duráveis. Durante a execução desse plano, as mudanças ocorridas no consumo refletiram da redução do desemprego urbano, da eliminação em parte da agricultura de subsistência e da redistribuição da renda, que transferia parte dos aumentos de produtividade para os trabalhadores. (FERNÁNDEZ, 1980). Os bens de consumo duráveis tinham por destino as camadas de poder aquisitivo médio e alto, cuja capacidade de consumo crescia explosivamente, propagada pelos rendimentos crescentes e potencializada pelo crédito. (CASTRO; SOUZA, 1985).

Porém, com o primeiro choque do petróleo, o governo lançou novo plano de ajuste, o II PND, que ficou mais conhecido, pois representou uma opção de política econômica, propondo uma estratégia de financiamento (baseado na captação de recursos externos a baixo custo), para promover um ajuste na estrutura de oferta de longo prazo e manter o crescimento econômico. A economia deveria passar a crescer com base no setor produtor de meios de produção – bens de capital e insumos básicos. (GREMAUD; VASCONCELLOS; TONETO JR, 2009). Em 1983 e 1984, segundo Castro; Souza (1985), para controlar o dispêndio interno, houve mudança da política salarial que, combinada ao desemprego, determinou contração dos salários urbano-industriais e, conseqüentemente, restringiu a demanda por bens de consumo; além disso, o crédito bancário foi reduzido com o segundo choque do petróleo, elevando a taxa de juros que, por sua vez, retraiu a compra de bens duráveis (habitação) e investimentos.

Nos anos seguintes, o problema inflacionário se agravou e diversos planos, ortodoxos e heterodoxos, de combate à inflação foram lançados. Entre os principais, citam-se Cruzado (1986), Bresser (1987), Verão (1989), Collor I (1990) e Collor II (1991). O Plano Cruzado fracassou na tentativa de controlar a inflação através da desindexação da economia e do congelamento de preços; a combinação de taxas de juros reais negativas e a valorização cambial causaram, pelo menos no momento inicial de adoção do plano, uma explosão do consumo. Nas mesmas bases do Plano Cruzado, foram lançados os planos Bresser e Verão,

que buscavam conter a inflação, mas falhavam em período subsequente, resultando em perda da credibilidade das políticas e aceleração da inflação. Além de oscilações nas taxas reais de câmbio e de juros, a falta de consistência das políticas de estabilização monetária causava instabilidade da atividade econômica e aumentos de concentração na distribuição de renda. (PALOMBO, 2011).

Segundo Palombo (2011), o Plano Collor trazia sinais de modernização, combinando medidas fiscais e monetárias ortodoxas com políticas de rendas heterodoxas, o que resultou em uma queda momentânea da inflação. Houve retração da produção. O choque monetário tornou escasso o capital de giro para as empresas e, ao mesmo tempo, expandiu a demanda por bens de consumo, devido ao aumento real dos salários e a perda de confiança nos ativos financeiros, o que fez com que a riqueza fosse mantida na forma de ativos reais, como bens de consumo duráveis. Além disso, a abertura comercial foi extremamente importante, porque modificou a estrutura da oferta de bens, fazendo com que os preços não se elevassem em função da concorrência de importados.

Em resumo, esses planos traziam como principal elemento o congelamento de preços, incorporando novas características e aperfeiçoando cada novo plano. Cabe acrescentar que em processos inflacionários, as condições de consumo da população são severamente prejudicadas, pois os salários reais reduzem-se drasticamente. Nesse período, verificou-se também um amplo conjunto de reformas institucionais no que se refere à inserção externa da economia brasileira e o papel do Estado. (GREMAUD; VASCONCELLOS; TONETO JR., 2009).

Cabe observar que os vários planos de estabilização monetária, de 1985 a 1993, foram ineficazes, pois buscavam controlar os preços via políticas heterodoxas, mas se esquivavam de utilizar políticas ortodoxas de controle fiscal. Ademais, a indexação se tornou um problema inercial e qualquer plano de estabilização que não atuasse nesse ponto falharia em controlar o aumento do nível dos preços.

Por fim, o Plano Real reduziu a inflação e a manteve sob controle. Com o aprendizado dos planos anteriores, o Plano Real foi estabelecido em três etapas: i) o combate da inflação inercial com a implementação da Unidade Real de Valor (URV); ii) a âncora cambial, atrelando o Dólar ao Real; e, por fim, iii) o ajuste fiscal, buscando reduzir os gastos públicos. Partindo-se do diagnóstico de que a inflação possuía caráter inercial, houve grande

crescimento da demanda e da atividade econômica, pressionada pelo aumento do consumo e do investimento. (GREMAUD; VASCONCELLOS; TONETO JR., 2009).

O Real favoreceu a população com renda mais baixa e com alta propensão a consumir, que não tiveram instrumentos financeiros para se proteger das perdas inflacionárias em outros planos. Por isso, a demanda reprimida, somada ao alargamento dos prazos, a facilidade de acesso ao crédito e a menor atratividade da poupança possibilitaram uma trajetória ascendente do consumo, que permitiu aos indivíduos prever a renda futura e decidir entre o consumo presente ou futuro. (PALOMBO, 2011).

Para Nardi (2009), durante o período de inflação, o consumidor, principalmente de baixa renda, consumia bens básicos que atendiam suas necessidades básicas mínimas, e estava fora da dinâmica de consumo de maneira ampla. Após a estabilização da moeda e estagnação da inflação, esse consumidor passou a ter possibilidade de inserção no consumo de maneira mais efetiva.

Em suma, as condições relativas ao consumo entre os anos 1950-1990 demonstram que à medida que ocorria a internalização da indústria no país, criavam-se condições para que também o consumo fosse ampliado. Ao longo dos anos 1980 e início dos 1990, diante dos processos inflacionários que acompanharam a vida econômica da população brasileira, houve relativa dificuldade para o estabelecimento de condições adequadas ao consumo, que somente seria reconfigurada com a estabilização econômica a partir de 1994, através do Plano Real.

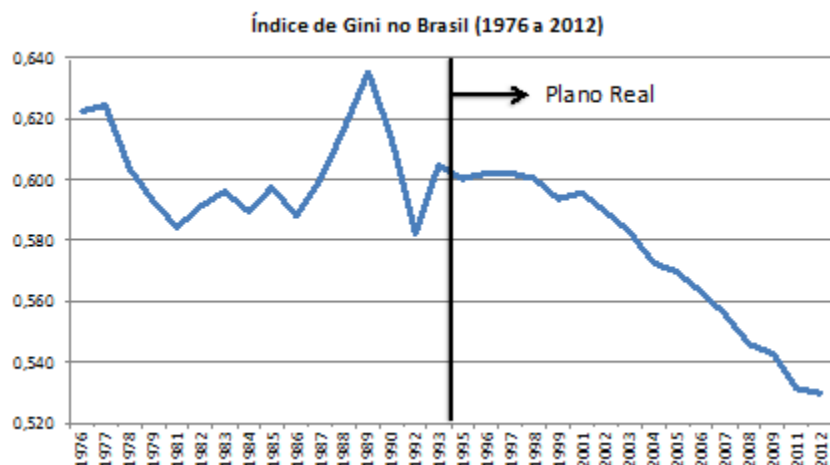
3 Alterações na condição do consumo de massa a partir da década de 1990

A partir dos anos 1990, após o Plano Real, houve um aumento do poder de compra dos salários, o ganho real de renda eliminou a incerteza associada à oscilação dos salários reais e ocasionou um acentuado aumento da demanda. (BACHA, 1997).

Houve uma mudança na estrutura de consumo dos brasileiros devido à redução das taxas de inflação, a qual permitiu aos indivíduos controlar suas decisões e favoreceu as classes de renda mais baixa, além de permitir o restabelecimento dos mecanismos de crédito. (PALOMBO, 2011). Para Baer (1996), as taxas de crescimento elevadas basearam-se no aumento das vendas e, por consequência, do consumo que refletiu no poder aquisitivo dos grupos de renda mais baixa, cujos rendimentos reais foram impulsionados devido ao desaparecimento das perdas mensais frente à inflação elevada.

A Figura 1 mostra o Índice de Gini da distribuição de renda entre 1976 e 2012. Tal índice mede o grau de concentração que varia entre zero e um, sendo uma sociedade totalmente igualitária quando o índice for zero e, à medida que se aproxima de um, aumenta a desigualdade de rendimentos. De acordo com os dados, observa-se que o descontrole dos preços, ao final da década de 1980, propiciou aumento significativo da desigualdade de renda. Todavia, nota-se uma queda acentuada e contínua da desigualdade de renda logo em seguida à estabilização monetária. Esta queda mostra que a mudança institucional determinada pelo Plano Real foi fundamental para a redução da desigualdade de renda no país até 2012.

FIGURA 1 – Distribuição de renda no Brasil de 1976 a 2012.



Fonte: IPEA, 2014.

Ao longo do período apresentado é possível perceber que a desigualdade da renda domiciliar foi diminuindo, o que indica que a distribuição de renda tornou-se mais igual entre os estratos da população. A partir 1997, a redução da desigualdade foi acentuada, o que ocorreu devido o aumento da renda do trabalho, pelos programas de assistência do governo (criados na gestão do governo FHC e reunidos no Bolsa Família pelo governo Lula) e pela previdência. (IPEA, 2013).

Segundo o IPEA (2013), analisando os dados da PNAD (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios), nas duas últimas décadas, o crescimento da renda domiciliar foi maior para a população mais pobre do que para os ricos nos últimos 10 anos; enquanto a renda média dos 40% mais pobres aumentou 6,4% ao ano, o aumento para os 5% mais ricos foi de 2,4% ao ano entre 2002-2012; ao contrário do que aconteceu no período entre 1992-2002 quando o crescimento da renda dos 5% mais ricos foi de 2,87% ao ano, superando o aumento

da renda dos 40% mais pobres que foi de 2,55% ao ano. De qualquer forma é importante observar que a transformação institucional se dá pós-estabilização da moeda, em 1994, sendo incorreto analisar os anos anteriores.

O aumento da demanda, de acordo com Gremaud; Vasconcellos; Toneto Jr. (2009), provocou expansão da atividade econômica, que foi observado pelo aumento significativo da produção industrial, com destaque para os setores de bens de consumo duráveis e bens de capital, especialmente os automóveis. O Quadro 2 apresenta a evolução da demanda por veículos no Brasil a partir da década de 1990. É possível observar que, na década de 2000, houve aumento de 55,82% da demanda por automóveis em relação à década de 1990, sendo que o aumento de licenciamento de veículos novos nacionais foi de 61,72% e de importados 14,24%.

QUADRO 2 – Licenciamento de automóveis novos nacionais e importados - 1991/2012

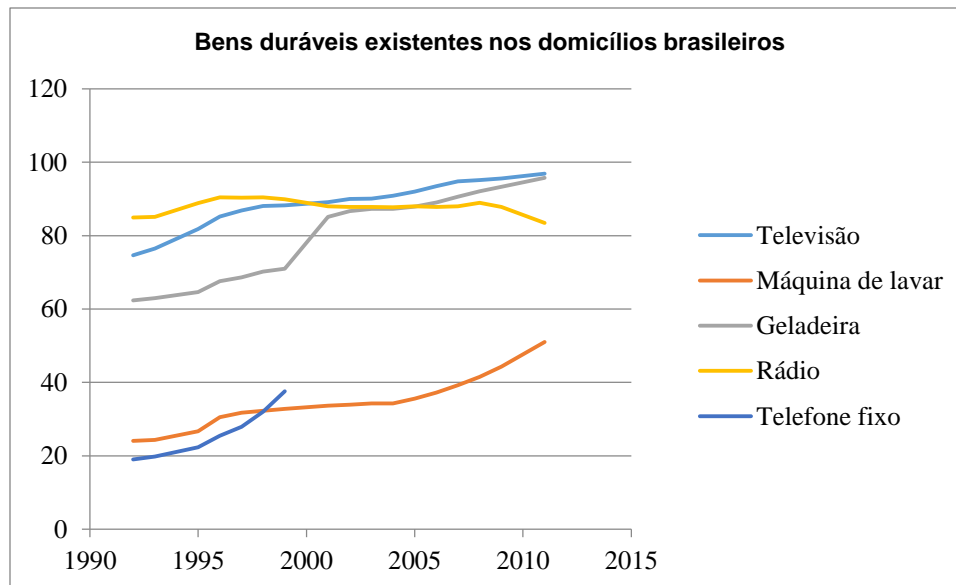
| Ano | Nacionais | Importados | Total de automóveis licenciados |
|------|-----------|------------|---------------------------------|
| 1991 | 583.072 | 14.820 | 597.892 |
| 1992 | 577.305 | 19.659 | 596.964 |
| 1993 | 850.562 | 53.266 | 903.828 |
| 1994 | 975.697 | 151.976 | 1.127.673 |
| 1995 | 1.106.591 | 300.482 | 1.407.073 |
| 1996 | 1.245.972 | 159.573 | 1.405.545 |
| 1997 | 1.361.106 | 208.621 | 1.569.727 |
| 1998 | 967.055 | 244.830 | 1.211.885 |
| 1999 | 898.584 | 113.263 | 1.011.847 |
| 2000 | 1.075.832 | 100.942 | 1.176.774 |
| 2001 | 1.176.557 | 118.539 | 1.295.096 |
| 2002 | 1.143.376 | 75.170 | 1.218.546 |
| 2003 | 1.121.462 | 47.219 | 1.168.681 |
| 2004 | 1.226.435 | 32.011 | 1.258.446 |
| 2005 | 1.325.498 | 43.684 | 1.369.182 |
| 2006 | 1.472.695 | 83.525 | 1.556.220 |
| 2007 | 1.790.212 | 185.306 | 1.975.518 |
| 2008 | 1.962.369 | 230.908 | 2.193.277 |
| 2009 | 2.160.421 | 314.343 | 2.474.764 |
| 2010 | 2.213.393 | 431.313 | 2.644.706 |
| 2011 | 2.068.336 | 578.919 | 2.647.255 |
| 2012 | 2.314.791 | 536.749 | 2.851.540 |

Fonte: ANFAVEA, 2013.

Obs. Os dados até 2001 inclusive se referem a vendas internas no atacado. A partir de 2002, os dados se referem a licenciamento (DENATRAN).

Além dos automóveis, os bens de consumo duráveis que estão presentes nos domicílios brasileiros, em ordem decrescente, são rádio e televisão, os quais proporcionam a integração comunicativa dos indivíduos e famílias dispersos territorialmente; a geladeira, aparelho importante para a conservação dos alimentos e fundamental para o bem estar e a qualidade de vida das famílias; o telefone fixo, que também promove a integração das pessoas entre si e com a comunidade; o videocassete, à época, anterior aos aparelhos de DVD, voltado ao lazer e sendo um complemento da televisão; a máquina de lavar roupa, eletrodoméstico essencial nos lares em que as mulheres trabalham em atividades extras domésticas principalmente, e que facilita a maior presença delas no mercado de trabalho; no conjunto dos itens citados, o automóvel é o bem mais caro da lista e exige maiores despesas de manutenção; o microcomputador, que serve ao lazer, ao trabalho e à educação; e, por fim, o micro-ondas e o ar-condicionado. (ALVES, 2004).

Utilizando dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios do IBGE, a Figura 2 mostra a evolução do consumo de alguns bens duráveis como a televisão, a máquina de lavar, a geladeira, o rádio e o telefone fixo, nas décadas de 1990 e 2000. Os dados revelam que a quantidade de domicílios que possuíam televisão aumentou 42,98%, o crescimento do consumo da máquina de lavar foi de 65,02% e da geladeira de 71%, de uma década para outra. No entanto, as famílias aumentaram o consumo de rádio até meados de 1998, depois desse ano o consumo passou a decair gradativamente, chegando em 2011 a 83,43%, porcentagem inferior a observada em 1992, que foi de 84,92%.

FIGURA 2 – Bens de consumo duráveis

Fonte: IBGE, 2013.

Os dados referentes ao telefone fixo estão disponíveis somente para o período 1992-1999.

A expansão do consumo no Brasil, desde meados dos anos 2000, é motivada pela recuperação do crescimento, por melhorias distributivas na renda, por ampliação do crédito e pela retomada dos investimentos públicos. Ocorreu nesse período forte expansão do mercado de consumo de massa. As principais causas, ao que tudo indica, podem ser creditadas ao rápido aumento na massa salarial, por elevação do emprego e dos rendimentos do trabalho, às transferências de renda à população pobre, por efeito de políticas sociais, à estabilidade ou queda nos preços de bens de consumo industriais, por valorização cambial e por importação, e à forte ampliação do crédito ao consumo e ao acesso da população de baixa renda ao mesmo. (BIELSCHOWSKY, 2012). Assim, pode-se afirmar que o maior acesso ao crédito, os estímulos governamentais e as iniciativas privadas para viabilizar o consumo da população são responsáveis pelo crescimento da economia e pela elevação da capacidade de produção e dos níveis de produtividade, evitando pressões inflacionárias. (MEDEIROS, 2009).

O consumo de determinados produtos e marcas passou a ser explicado pelos padrões e pelo comportamento do consumidor, além das classes A e B, das classes C e D de renda, que representam a base da pirâmide social e, ao contrário do que se pensava, consomem bens não apenas para a subsistência. (BARBOSA; CAMPBELL, 2006). Para Medeiros (2009), a evolução simultânea dos níveis de consumo no mercado interno, das exportações, das

importações, dos investimentos do setor privado e das empresas estatais, bem como os aumentos das produtividades do trabalho e do capital permitiram especular que o Brasil estaria passando por uma revolução de consumo de massas desde 2004.

Entre 2001 e 2011, a criação de 16 milhões de empregos formais, aliada às políticas de transferência de renda, fez com que a renda das famílias brasileiras crescesse 32,6%. O ganho de renda das famílias da classe média, entre 291 reais e 1.019 reais, cresceu 50,6%. Em 2013, o consumo dos brasileiros foi estimado em três trilhões de reais, um aumento de 276 bilhões de reais em relação ao ano anterior. O consumo per capita anual da população nacional urbana, incluindo aquisição de bens, alimentação, moradia, impostos e gastos relacionados, foi estimado em 16,9 mil reais. (SÃO PAULO OUTLOOK, 2013).

Com as perspectivas de crescimento da economia brasileira, na década de 2000, a população das classes C, D e E ⁵ teve sua renda elevada, o que contribuiu para que as vendas no comércio, e os negócios com veículos, peças e materiais de construção superassem a expectativa do mercado e alimentassem a produção industrial. Segundo os dados do IBGE, a classe A mostra expansão nos gastos, chegando a 540 bilhões de reais, o que corresponde a quase 20% dos gastos totais do país; a classe B é responsável por 48,5% do consumo nacional; a classe C será responsável por 27,9% do consumo; a classe D sinaliza uma projeção de consumo de 117 milhões de reais; e, por fim, a classe E terá um consumo correspondente a 3,5 milhões de reais. (SÃO PAULO OUTLOOK, 2013).

Como resultado, o padrão de consumo das famílias mudou. Houve elevação dos gastos com saúde e transportes. Ocorreu o crescimento da posse de bens duráveis, reflexo do aumento da renda e do crédito, que facilitou a aquisição de celulares, computadores, automóveis, eletrodomésticos e eletrônicos, os quais continuam a ganhar espaço no orçamento dos consumidores. Na década de 2000, as mudanças na política econômica brasileira levaram à saída de milhões de pessoas da linha de pobreza e à diminuição do desemprego, fazendo com que o poder de compra se elevasse, ampliando a base produtiva. (SÃO PAULO OUTLOOK, 2013).

⁵ As classes sociais são divididas por faixa de renda familiar mensal, a classe A tem um rendimento mensal de mais de 15 salários mínimos, a classe B de 5 a 15 salários mínimos, a classe C de 3 a 5 salários mínimos, a classe D de 1 a 3 salários mínimos e, por fim, a classe E de até 1 salário mínimo. (IBGE, 2013).

Além da queda da taxa de inflação, e do crescimento da demanda e da atividade econômica, houve crescimento das operações de crédito, a partir da metade da década de 1990. O consumidor foi atraído para tomar empréstimos pela demanda reprimida nos anos anteriores, pela previsão da renda futura e participação da prestação na renda, e pela ilusão monetária que levava ao processo de “despoupança”, mesmo que a queda fosse da taxa nominal de juros e não da real. Já as empresas ampliaram os investimentos pela certeza maior em relação ao futuro, pelo crescimento da demanda e pela maior disponibilidade de crédito. (GREMAUD; VASCONCELLOS; TONETO JR, 2009).

Como o poder de consumo reflete a possibilidade de inclusão social, os consumidores desejam bens materiais que elevem a sua condição ou *status*, as quais são facilitadas pelo crédito, que pode provocar um processo de consumo inadequado e artificial, elevando o endividamento significativamente. (NARDI, 2009).

Foi a partir do Plano Real que houve expansão das vendas a prazo. No início, essas foram financiadas por instituições de crédito e, posteriormente, por meio do uso de cheques pré-datados, que se constituíram em linhas de crédito concedidas informalmente, e da redução dos saldos de cadernetas de poupança e fundos de investimento. (MATIAS, 1999).

Um ganho adicional de renda real sucede da eliminação da incerteza associada à oscilação dos salários reais. Esse ganho derivado da estabilização da moeda explicitou-se no mercado pela facilidade que os assalariados passaram a ter de acesso ao crédito ao consumidor, que se expandiu de forma considerável. As pressões da demanda advinham do aumento do poder de compra dos salários, somado a um movimento de antecipação de compras, tanto de bens duráveis como de equipamentos, na expectativa de que a estabilização seria apenas temporária. (BACHA, 1997). É importante acrescentar como exemplo os estímulos governamentais através de incentivos fiscais – isenções de IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados), facilitando a aquisição de automóveis e dos produtos da linha branca, composta por refrigeradores, freezers, condicionadores de ar, lavadoras de louças, lavadoras de roupas, secadoras, fornos de micro-ondas e fogões. (SANTOS; SOUZA; COSTA, 1995).

Na década de 2000, o crescimento substancial do crédito ao consumidor e a criação de instrumentos de financiamento como o crédito consignado e o aumento do crédito imobiliário

causaram queda na desigualdade brasileira e ascensão ao mercado de consumo, destacadamente de bens duráveis. (GAIGER, 2013).

De acordo com as atas do COPOM, em 2003, o total das operações de crédito com recursos livres recuou 0,8% em julho, situando-se em R\$213 bilhões. Esse resultado foi condicionado pelas reduções de 1,9% e 1%, respectivamente, nos saldos dos empréstimos para pessoa jurídica com recursos internos e com recursos externos, já que os empréstimos para pessoa física apresentaram incremento de 0,3% no mês, tendo melhor desempenho as carteiras de crédito pessoal e aquisição de veículos. No ano de 2004, o saldo das operações de crédito cresceu 1,2% em julho, sendo que, nas operações com pessoas físicas, o crescimento foi de 1,8%. As operações de crédito com recursos livres aumentaram 1,6% em junho de 2005. Nas operações com pessoas físicas, o saldo evoluiu 2,1%, principalmente pelo comportamento do crédito pessoal, dada a continuidade da expansão das operações consignadas em folha de pagamento, particularmente com aposentados pelo Instituto Nacional do Seguro Social (INSS).

Em 2006, o aumento mensal foi de 0,7% em junho, acumulando variação de 22,7% em doze meses. Em relação às operações com pessoas físicas, as taxas de crescimento atingiram 29,7% em doze meses, registrando crescimento de 31,8% e 34,2%, respectivamente, nas operações de crédito pessoal e de aquisição de veículos. O saldo do crédito referencial para taxas de juros, que é um subconjunto do crédito com recursos livres e que compreende as principais operações de crédito como pessoal, para aquisição de bens, cartão de crédito e cheque especial, o qual registrou aumento de 1,4% em junho de 2007, acumulando crescimento de 20,3% em doze meses. Em maio de 2008, o crédito cresceu 2,6%, acumulando expansão de 32,4% em doze meses. As operações com recursos livres cresceram 36,1%, e as realizadas com recursos direcionados 24%. Entre as operações de crédito com recursos livres, registrou-se a manutenção do dinamismo das operações de arrendamento mercantil, cujos saldos contratados nos segmentos de pessoas físicas e jurídicas elevaram-se 128,6% e 86,9%, em doze meses. Entre as operações com recursos direcionados, assinalam-se as expansões nos créditos destinados à habitação, 26,5%, e ao setor rural, 21,9%.

O saldo alcançou R\$1.259 bilhões em maio de 2009, equivalentes a 43% do PIB, com aumento de 20,5% em doze meses. Os empréstimos chegaram a R\$1.529 bilhões em 2010, especificamente em junho, 45,7% do PIB, registrando crescimentos de 8,1% no ano e de

19,7% em doze meses. O saldo dos empréstimos totalizou R\$1.854,2 bilhão em julho em 2011, correspondendo a 47,3% do PIB, com elevações de 8,7% no ano e de 19,8% em doze meses. A carteira de recursos livres, que são empréstimos cujas taxas de juros são ajustadas livremente entre os tomadores e as instituições financeiras, registrou aumentos de 8,2% e de 17,8%, respectivamente, nas mesmas bases de comparação, refletindo expansões respectivas de 8,3% e de 18,7% no saldo das operações com pessoas físicas e de 8,1% e de 16,9% no relativo a operações com pessoas jurídicas. Os financiamentos com recursos direcionados, empréstimos realizados com taxas ou recursos definidos por normas governamentais, cresceram 9,7% no ano e 23,6% em doze meses, com ênfase nos aumentos de 23,6% e de 47,1% nos financiamentos habitacionais, nas mesmas bases de comparação.

Os empréstimos atingiram R\$2.167 bilhões em junho de 2012, após expansão de 17,9% em doze meses, correspondendo a 50,6% do Produto Interno Bruto (PIB). As operações com recursos livres corresponderam a 64,1% do estoque total de crédito do sistema financeiro, ao crescerem 15,7% em doze meses. Os financiamentos com recursos direcionados apresentaram elevações de 21,8%, com destaque para o avanço de 39% nos financiamentos habitacionais. Isso permite afirmar que houve, de certa forma, um maior comprometimento da renda das famílias brasileiras com financiamentos, que modificaram a composição do orçamento mensal por períodos maiores. O saldo total de crédito do sistema financeiro totalizou R\$2.546 bilhões em julho de 2013, elevando-se 16,1% em doze meses. Os financiamentos apresentaram acréscimo de 26,6%, com destaque para o aumento de 35,5% nos financiamentos imobiliários destinados a pessoas físicas, e de 17,2% nos financiamentos do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), entre as operações destinadas a pessoas jurídicas.

Para D'Agostini (2013), o crédito relativamente farto e mais barato, que em períodos anteriores facilitou o endividamento dos trabalhadores, começou a pressionar os índices de preços. Ademais, depois da crise financeira internacional de 2008, ficou mais complicado para o governo manter a austeridade fiscal. Nesse sentido, os índices inflacionários começaram a atingir o teto da meta de inflação. Os consumidores não visualizaram que podem ocorrer chances de desemprego e inflação, o que pode diminuir a renda e o poder de compra dos salários nominais, caso estes não sejam corrigidos pela inflação. Isto impediria de honrar as parcelas ao longo da duração do financiamento, este com prazos mais longos que períodos

anteriores. O fenômeno comportamental de euforia e irracionalidade ocorreu porque no Brasil existia uma população com demanda reprimida e sem acesso ao consumo. Com o aumento da massa de trabalhadores, os programas de distribuição de renda do governo, a queda do desemprego e a expansão do crédito pelas instituições financeiras, as famílias endividaram-se. Observa-se, portanto, as inúmeras dificuldades para que se elaborem estratégias mais sustentáveis em termos de planejamento financeiro, diante da quase irreversível condição de consumo de massa.

Considerações finais

Com a evolução das relações de troca no sistema capitalista, os indivíduos passaram a consumir não somente para suprir as necessidades básicas. A sociedade rural transformou-se em urbano-industrial, mais substancialmente no período pós-guerra. A consolidação da produção industrial brasileira ocorreu através de investimentos em infraestrutura de transporte e energia e na industrialização, transferindo os excedentes do setor agroexportador para a indústria. Os planos de governo sinalizaram momentos distintos na economia brasileira, no que tange as dimensões do consumo de massa. Houve diversificação e ampliação da quantidade de bens de consumo duráveis nos domicílios e criou-se uma tendência à generalização de alguns bens, modificando notavelmente o perfil de consumo brasileiro.

A década de 1990 foi marcada por profundas mudanças, como a abertura de mercado, o processo de globalização, a liberalização econômica, bem como a implantação do Plano Real e estabilização da economia. A expansão do consumo no Brasil, a partir da década de 2000, foi motivada pela recuperação do crescimento, por melhorias distributivas na renda (transferências de renda à população pobre), pela ampliação do crédito e acesso da população de baixa renda ao mesmo, e pela retomada dos investimentos públicos. Deve-se destacar que as mudanças institucionais realizadas na década de 1990 foram fundamentais para sustentar o crescimento da economia no período subsequente até a crise financeira internacional de 2008.

O estudo mostra o aumento do consumo das famílias, inclusive no período após a estabilização monetária. Do ponto de vista estatístico, mais pessoas fazem parte de uma classe média, compreendida num estrato de renda per capita que varia de 200 a 1100 Reais por mês. Entretanto, como argumentado pelas novas abordagens, classe média é um conceito que se

refere a um padrão de consumo e, portanto, embora haja melhora nos indicadores, a inclusão social percebida nos números ainda está distante da percebida no poder de consumo da população.

Apesar das melhorias ocorridas na distribuição de renda e na condição de consumo, aparentando uma redução na desigualdade econômica no período mais recente, políticas que estimulam a demanda, subsidiando crédito e estimulando o consumo, quando não associadas aos programas que ampliem a oferta e o crescimento da produtividade, não promovem o desenvolvimento de longo prazo. A sociedade capitalista brasileira necessita rever as condições incoerentes do sistema, marcadas por desequilíbrios, crises e antagonismos, pois a desigualdade social persiste como um problema complexo a ser resolvido.

REFERÊNCIAS

ALVES, José Eustáquio Diniz. **As Características dos domicílios brasileiros entre 1960 e 2000**. Rio de Janeiro: Escola Nacional de Ciências Estatísticas, 2004.

ANFAVEA, Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores. **Anuário da Indústria Automobilística Brasileira**, 2013.

BACHA, Edmar L. Plano Real: Uma segunda avaliação, in: IPEA/CEPAL, **O Plano Real e outras experiências internacionais de estabilização**. Brasília: Ipea/Cepal, 1997.

BAER, Werner. **A economia brasileira**. Tradução: Edite Sciulli. São Paulo: Nobel, 1996.

BACEN. Banco Central do Brasil. **Atas do Copom**. 2013. Disponível em: <http://www.bcb.gov.br/?id=ATACOPOM>. Acesso em: outubro de 2013.

CAMPBELL, Colin. O estudo do consumo nas ciências sociais contemporâneas, in: BARBOSA, Lívia; CAMPBELL, Colin (Org.). **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para Consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BIELSCHOWSKY, Ricardo. Estratégia de desenvolvimento e as três frentes de expansão no Brasil: um desenho conceitual. **Economia e Sociedade**. Campinas, v. 21, número especial, p. 729-747, dez. 2012.

BRASIL, Plano Brasil de todos, participação e inclusão. **Orientação estratégica de governo: crescimento sustentável, emprego e inclusão social**. Maio, 2003.

CASTRO, Antônio Barros de. SOUZA, Francisco Eduardo Pires de. **A economia brasileira em marcha forçada**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1985.

COSTA, Fernando Nogueira da. Economia comportamental: de volta à filosofia, sociologia e psicologia. **IE/UNICAMP**, Campinas, n. 173, dez. 2009.

D' AGOSTINI, Luciano Luiz Manarin. Os aumentos dos preços dos imóveis no Brasil 2008 – 2012. In: **Revista do Conselho Federal de Economia COFECON**, Ano IV, n. 10, abril de 2013.

FERNÁNDEZ, O. S. L. **A evolução da economia brasileira**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1980.

FERREIRA, Vera Rita de Mello. **Psicologia Econômica: Origens, Modelos, Propostas**. 2007. Tese (Doutorado), Programa de Estudos Pós-Graduados em Psicologia Social, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo.

FRANÇA, Livia Valença da Silva. O Brasil da Classe Média: Cidadania e Inserção Social através do Consumo. In: **III Encontro Internacional de Ciências Sociais**, 2012, Pelotas. III Encontro Internacional de Ciências Sociais - Crise e Emergência de Novas Dinâmicas Sociais. Pelotas - RS, 2012.

GAIGER, Fernando. **A heterogeneidade estrutural e o consumo de massa no Brasil**. Rio de Janeiro: IPEA, 2013.

GREMAUD, Amaury Patrick; VASCONCELLOS, Marco Antonio Sandoval de; TONETO JR, Rudinei. **Economia Brasileira Contemporânea**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Séries Estatísticas & Séries Históricas**. Disponível em: <http://seriesestatisticas.ibge.gov.br>. Acesso em: junho de 2013.

IPEA. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **Dois décadas de desigualdade e pobreza no Brasil medidas pela Pnad/IBGE**. 2013. Disponível em: http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=19976&catid=4&Itemid=2. Acesso em: outubro de 2013.

KAHNEMAN. Daniel. **Rápido e devagar: duas formas de pensar**. Tradução Cássio de Arantes Leite. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.

LACERDA, Antônio Corrêa de; BOCCHI, João Ildebrando; REGO, José Márcio; BORGES, Maria Angélica; MARQUES, Rosa Maria. **Economia Brasileira**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

MACEDO JR., Jurandir Sell; KOLINSKY, Régine; MORAIS, José Carlos Junça de. **Finanças Comportamentais: como o desejo, o poder, o dinheiro e as pessoas influenciam nossas decisões**. São Paulo: Atlas, 2011.

MATIAS, Alberto Borges. Crédito e planos econômicos. **Revista de Administração**. São Paulo v.34, n.2, p. 39-46, abril/junho 1999.

MEDEIROS, César Manoel de. **Inclusão social e estruturação de amplo mercado de massas no Brasil experiência recente**. IE – UFRJ, 2009.

NARDI, Sérgio. **A nova era do consumo de baixa renda: consumidor, mercados, tendências e crise mundial**. Osasco: Novo Século Editora, 2009.

PALOMBO, Paulo Eduardo Moledo. **Fatores Determinantes da Trajetória do Consumo no Brasil Pós Plano Real**. XIV Semead. Outubro de 2011.

PINHEIRO, Carla Maria. **Consumo de massas e estilos de vida: comportamentos, simbolismo e vice-versa**. IV Congresso Português de Sociologia, 2000.

RIBEIRO, Raquel. **O consumo: uma perspectiva sociológica**. VI Congresso português de sociologia. Universidade Nova de Lisboa, 2008.

SANTOS, Ângela Maria Medeiros M. SOUZA, Adilson José de. COSTA, Cláudia Soares. **Bens de Consumo: Linha Branca**. BNDES, 1995.

SÃO PAULO OUTLOOK. **Anuário 2013**. São Paulo: Análise editorial, 2013.

SOUZA, Daniele Soutilha de. **Do bom e do melhor: O consumo de bens de luxo por uma nova classe**. 2011. 143f. Dissertação (Mestrado em Gestão Empresarial) – Escola brasileira de Administração Pública e de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo.

SOUZA, Mariângela Alice Pieruccini; SAMBATTI, Andréia Polizeli; PAPANI, Fabiana Garcia. **A Economia no Cotidiano: Uma Revisão Sobre as Noções e Conceitos da Ciência Econômica para a Extensão Universitária**. Maringá: Encontro de Economia Paranaense – ECOPAR, 2010.

TAVARES, Maria da Conceição. **Da substituição de importações ao capitalismo financeiro – Ensaios sobre economia brasileira**. 11. ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1983.