Uma lição que não se aprende nos bancos de escola

Foi um dia inteiro vivendo na base da pirâmide. Com R$ 5 para comer e muito o que aprender

Uma das experiências mais interessantes que acompanhei nessa minha longa trajetória de jornalista também tinha a base da pirâmide como alvo. Vi, nos idos de 2005, a Nestlé colocar seus executivos para viver, literalmente, em casas humildes de bairros distantes com a missão de descobrir como vivem, o que consomem e quais são os valores de quem recebe um salário mínimo por mês. Eram altos executivos passando semanas em lares humildes da periferia de São Paulo. A lata de leite condensado com um laço vermelho estampado na embalagem foi apenas um dos resultados do trabalho. Por que o laço? Porque descobriram que nas periferias brasileiras Leite Moça era artigo de luxo com o qual as vizinhas se presenteavam.

> Na periferia, Leite Moça era presente e mistura não é massa de bolo. É o que se come com arroz e feijão

Na mesma ocasião, uma grande agência de publicidade resolveu fazer sua imersão no desconhecido mundo das classes C e D. Alugaram um microonibus e encheram de jovens publicitários bem nascidos para um "choque de realidade" que durou o dia inteiro.

A primeira parada foi num mercadinho de Osasco. Daqueles com cartazes coloridos na porta anunciando as promoções do dia. Os profissionais foram divididos e cada grupo recebeu R$ 80 com a missão de fazer compras para uma família constituída por pai, mãe e dois filhos adolescentes. Já à caminho da primeira atividade, o choque cultural que se aproximava ficou evidente quando o coordenador enfatizou que a tal compra deveria conter artigos de higiene, limpeza, alimentos diversos e "mistura". Todo mundo sabe o que é "mistura"? Para o pessoal do microonibus, mistura é massa para bolo. Para as classes C e D é o que se come com arroz e feijão. Acompanhamento!

Vamos às compras e o resultado é um completo desastre: filtro para café e guardanapos de papel,um desodorante e um xampu para o pai e o filho; outro para a mãe e a filha da tal família fictícia. Refrigerantes, leite 'de caixinha', chocolate, carnes, aves. Alguém lembra que faltou peixe! Nem é preciso dizer que nenhum dos grupos conseguiu se manter dentro do orçamento de R$ 80. O mais engraçado era ver uma dona de casa "de verdade" avaliando o carrinho dos candidatos à classe C. "Pra que esse monte de desodorante, gente? É um só pra todo mundo, e olhe lá", disse ela com a autoridade de quem 'se vira' com quase nada.

A parada seguinte foi no Mercado Municipal de São Paulo - que apenas dava os primeiros passos para ser endereço gastronômico badalado da capital. Cada um da turma recebeu o equivalente a R$ 5 para o almoço e tinha que optar entre um sanduíche ou um refrigerante. O dinheiro não dava para os dois. "Essa gente vive de que, afinal"? foi a pergunta indgnada de uma jovem executiva da agência. No fim burlamos um pouco as regras do jogo: uns compraram o lanche, outros compram o refri e a gente dividiu tudo.

O dia acabou no Centro de Tradições Nordestinas, na zona Norte. Lá encontramos o Antonio, um piauiense na casa dos 40 e poucos anos — 30 dos quais passados em São Paulo. Antonio começou com uma barraquinha de comidas típicas e hoje tem três restaurantes no CTN. Aos domingos, seus mais de 20 funcionários quase não dão conta de servir tanta buchada de bode, sarapatel e outras especiarias da culinária nordestina. Antonio tinha acabado de visitar a família no Piaui - era a primeira vez desde que veio para São Paulo. Foi de Tam porque era a melhor companhia aérea, na opinião dele. Na casa, própria, de Antonio, TV de tela plana já era realidade — para espanto da turma da pesquisa. E na garagem, disse ele, tinha um carro zerinho recém-comprado para a filha mas velha. A marca? "Um pariuendi". Demorou horas até que entedêssemos que ele queria dizer "Palio Weekend". Demorou quase uma década para compreendermos a classe média emergente e, algo me diz que estamos apenas na metade da lição. ■ **E.S.**

Fonte: Brasil Econômico, São Paulo, 16 maio 2012, Primeiro Caderno, p. 6.