

**VI Encontro Nacional de Estudos do Consumo**  
**II Encontro Luso-Brasileiro de Estudos do Consumo**  
**Vida Sustentável: práticas cotidianas de consumo**  
**12, 13 e 14 de setembro de 2012 - Rio de Janeiro/RJ**

**Nova classe média: um delírio coletivo?**

**Autor: Eliana Vicente<sup>1</sup>**

**RESUMO:**

O presente artigo trata do fenômeno que vem ocorrendo no país, correspondente à ascensão de milhões de pessoas, as quais ultrapassaram a linha de pobreza nos últimos dez anos. Desde 2008 o fenômeno passou a ser considerado com maior relevância, depois que pesquisas econômicas conclamaram a classe média como o mais numeroso segmento social do país. A partir de então, esse novo segmento denominado “nova classe média” passou a ser festejado por setores da academia, pela mídia, pelo mercado e pelo governo, transformando-se em símbolo do sucesso da política econômica de viés liberal pelo qual o país vem passando desde a década de 2000 e dos projetos sociais do governo. Mudanças significativas nos padrões de consumo ocorreram nas camadas que antes eram referidas como populares, que passaram a ser vistas como novos consumidores. Será aqui apresentado o contexto do fenômeno; os dois principais polos do debate acadêmico sobre o tema; uma definição sucinta a respeito da categoria classe média; um rápido histórico e as características da classe média brasileira mais tradicional e alguns dados originados do trabalho de campo realizado por mim em um conjunto habitacional da Zona Oeste da cidade do Rio de Janeiro. Concluo esse artigo apresentando uma hipótese que atribui o aumento do consumo das novas classes emergentes, como uma forma de fixar significados, na busca por inclusão social.

**Palavras-chave:** Nova Classe Emergente; Consumo; Inclusão Social

---

<sup>1</sup> Mestrado em Antropologia pela Universidade Federal Fluminense – eliana\_vicente@hotmail.com

## 1 - Introdução

Nos últimos anos, especialmente na última década, vários setores da sociedade, como instâncias governamentais, economistas, sociólogos e a grande mídia afirmam ter havido um intenso e profundo processo de mobilidade social no país. Esta ideia foi ratificada de forma mais contundente em agosto de 2008, quando foi divulgada pelo Centro de Políticas Sociais da FGV<sup>2</sup> uma pesquisa denominada “A nova classe média” (NERI, 2008).

O fenômeno da chamada “nova classe média”, segundo alguns sociólogos (SOUZA e LAMOUNIER, 2010) e economistas (GUERRA *et al*, 2006; NERI, 2008), tem chamado atenção na história recente, a partir do grande crescimento desse segmento das populações, principalmente nos países emergentes como China, Índia e Brasil. Estima-se que 400 milhões de pessoas façam parte da “nova classe média global” e que em 2030 esse número chegue a mais de 2 bilhões<sup>3</sup>.

No Brasil, mudanças socioeconômicas relativas às camadas populares vêm ocorrendo de modo mais significativo desde 2002. O Plano Real lançado em 1994 implantou uma política de estabilidade da moeda. A essa estabilidade somaram-se outros fatores como as políticas governamentais de incentivo à bancarização e do acesso fácil ao crédito; planos sociais de distribuição de renda e aumento gradativo dos salários.

Esse conjunto de fatores resultou num aumento da participação da população na aquisição de bens de consumo e consequente aquecimento da economia no país. A partir daí as camadas emergentes passaram a ser vistas como “novos consumidores”, tanto pelo governo como pelo mercado, mudando o desenho dos gráficos que representam as estatísticas oficiais que classificam as classes socioeconômicas no país.

Em 2003 a classe C representava 37,6% da população, passando para 55% em 2011. Mais de 30 milhões de pessoas ingressaram para a classe C, que hoje comporta metade da população brasileira, concentrando quase 47% do poder de compra do país (NERI, 2011).

---

<sup>2</sup> FGV – Fundação Getúlio Vargas.

<sup>3</sup> World Bank. Global Economic Prospects 2007: Managing the Next Wave of Globalization, Washington. D.C., 2007, em: SOUZA, Amauri e LAMOUNIER, Bolivar. *A classe média brasileira: ambições valores e projetos de sociedade*, Rio de Janeiro, Elsevier, 2010.

Tabela 1 - Percentual da população em relação à classe de rendimento

<b>Classes de rendimentos</b>	<b>1992</b>	<b>2003</b>	<b>2011</b>
A/B	5,3%	7,6%	12,3%
C	32,5%	37,6%	55,5%
D/E	62,1%	54,8%	33,2%

Fonte: FGV

Neste artigo tentarei elencar algumas das controvérsias relativas à forma como esse novo segmento vem sendo denominado, “nova classe média”, com o objetivo de contestar essa denominação que, acredito, pode confundir e obscurecer o entendimento das questões relativas às desigualdades.

Ao assumir a ideia de mobilidade social partindo de critérios puramente econômicos, desprezando não apenas as outras questões, tais como a educação e as garantias de sustentabilidade no mercado de trabalho, como também as questões simbólicas que são tão importantes nas relações de poder inscritas na dinâmica social, está se descartando fatores estruturais que concorrem para a reprodução da desigualdade no país.

Chamar a população emergente que veio a fazer parte da classe C de “nova classe média” parece, de certa forma, uma maneira de se pretender demonstrar que o país está fundamentado socialmente na classe média e não na imensa massa de trabalhadores manuais, trabalhadores do setor de serviços, nos pobres e excluídos que ainda representam uma parcela bastante significativa da população.

A categoria classe média, por si só, já gera muitas controvérsias. Existem várias definições e metodologias para se classificar socioeconomicamente a população de um país mas, no caso brasileiro, a despeito das variações metodológicas, quase todas utilizam o critério classificatório renda, o que os diferem é a maneira como essa variável será operacionalizada.

A classe média hoje no país é representada pelas classes B e C, sendo que nessa composição 33,2% são da classe C e somente 11,8% da classe B. O rendimento mensal que enquadra uma família nessa enorme camada segmentar vai de 3 a 10 salários mínimos. Neste artigo irei me referir ao segmento representado pela classe C, aquele

que ultrapassou a linha de pobreza nos últimos 10 anos, tendo sido estimados em quase 30 milhões de pessoas. Optei por chamar aqui de nova classe emergente já que a denominação “nova classe média”, além de controversa pode mascarar e confundir o que de fato está ocorrendo em termos de mobilidade social no país.

Um dos instrumentos de legitimação mais citados referente à ideia de “nova classe média” foi o estudo coordenado pelo economista Marcelo Neri realizado pelo CPS da FGV. O estudo se baseou em estatísticas do IBGE<sup>4</sup> a partir dos dados da PME – Pesquisa Mensal de Empregos, mais a análise de atitudes e expectativas, utilizando a sondagem do consumidor divulgada pelo IBRE – Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getúlio Vargas e, ainda, o potencial de consumo, definido pela quantidade mensurada de bens duráveis nos domicílios, número de empregados domésticos na residência e no nível de escolaridade do chefe da família, o chamado Critério Brasil, utilizado pelos institutos de pesquisa de mercado para classificação socioeconômica.

Divulgado em 2008, o estudo foi muito badalado, gerou grande repercussão e alguma polêmica. Caracterizando a parcela da população que migrou para a classe C como a “nova classe média”, o estudo identificou-a como a imagem mais próxima da sociedade brasileira. A pesquisa suscitou um grande interesse da mídia e do mercado e, a partir daí, a ideia foi se consolidando no senso comum e uma vasta quantidade de matérias e pesquisas com fins mercadológicos passaram a ser realizadas.

Um debate acadêmico se iniciou a partir da pesquisa da FGV e é possível perceber uma certa polarização de opiniões a respeito desse fenômeno, uma de viés mais liberal, como é o caso dos cientistas políticos Amaury de Souza e Bolívar Lamounier, informado no livro *A classe média brasileira: ambições, valores e projetos de sociedade* (2010) e outra mais crítica, com uma análise do fenômeno fortemente assentada na perspectiva bourdiesiana, é encontrada no livro do sociólogo Jessé Souza, *Os batalhadores brasileiros: nova classe média ou nova classe trabalhadora?* (2010).

Marcelo Neri, o principal sistematizador e divulgador do fenômeno, tem disponibilizado dados que de fato comprovam a ocorrência do fenômeno da emergência de uma nova classe social no país. Seus estudos continuados sobre o fenômeno em questão demonstram de forma quantitativa o que está ocorrendo no país em termos de renda, ocupação e consumo. A perspectiva de Neri vê o fenômeno de forma bastante positiva,

---

4 Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística.

pois, sem dúvida, está ocorrendo no país um crescente movimento de acesso aos bens e serviços por parte de uma expressiva parcela da população.

No entanto, segundo Bomeny (2011), o fato de os pobres estarem no mercado através do consumo não significa que os pobres se beneficiem do mercado da mesma forma que aqueles que participam do consumo com regularidade – como é o caso da classe média tradicional e da classe alta. Os pobres entram nas estatísticas de consumo de forma preponderante, mas possuem um baixo capital cultural para o jogo competitivo do mercado de trabalho. Falta-lhes educação mais regular e mais longa, cultura e profissionalização, o grande nó da questão da mobilidade social no Brasil.

Os cientistas políticos Bolívar e Lamounier embasam seus discursos a partir de pesquisas quantitativas e qualitativas realizadas pela empresa IBOPE, solicitadas pela CNI<sup>5</sup>. A questão central na obra de Souza e Lamounier se refere à sustentabilidade da tão rápida e grande ascensão social que hora assistimos por parte desse grupo emergente. Primeiramente, os autores questionam se, em virtude de empregos pouco estáveis ou das atividades por conta própria, os componentes da “nova classe média” conseguirão sustentar os padrões de consumo e, se criarão novos valores e projetos de vida, e de que modo isso se refletirá na esfera política.

Souza e Lamounier se referem à “nova classe média” mundial, incluindo aí a brasileira, como resultado de políticas econômicas liberais. A “nova classe média”, para esses autores, tem diferenças e semelhanças em relação à classe média tradicional. No entanto, justamente o que chama a atenção para esse fenômeno, segundo eles, são as semelhanças em relação aos hábitos de consumo entre a classe em questão e as outras classes mais elevadas. O automóvel e a casa própria, segundo os autores, além de outros itens de conforto seriam os ícones de adesão à classe média no imaginário das pessoas dessa “nova classe média”, que segundo os autores, consomem para emular as classes mais altas.

O discurso desses autores de forte cunho liberal vê no empreendedorismo de parte desse segmento uma tentativa de inclusão na classe média. Esse empreendedorismo se daria em tão grandes proporções em nosso país em virtude da precarização do emprego atribuída às altas taxas fiscais.

---

<sup>5</sup> Confederação Nacional da Indústria

Os autores observaram, a partir das pesquisas realizadas, a busca por um estilo de vida por parte da nova classe emergente, no qual viver bem implica consumir muito através do crédito, fragilizando o aspecto econômico das famílias desse segmento que contraem dívidas para consumir. Acreditam, ainda, que a classe média tradicional se preocupa muito mais que as classes inferiores com as instituições democráticas que dão suporte às atividades sociais no país. Concluem que, por conta de sua heterogeneidade, essa camada social não internaliza de forma substancial os valores liberais: mercado e estado racional.

No outro polo temos o discurso de Jessé Souza, no qual o autor critica a ideia de uma “nova classe média”, afirmando que o que de fato acontece é que uma nova classe de trabalhadores, fruto do capitalismo neoliberal, no qual a produção flexível foi a grande responsável pelo desemprego estrutural, ocupa hoje posições que não exigem grande capital cultural ou uma especialização técnica ou acadêmica e que, portanto, pode ser descartada a qualquer momento dos seus postos de trabalho. Por isso mesmo, para Souza, a nova classe emergente ou os batalhadores brasileiros, ou ainda, a nova classe trabalhadora, como ele prefere chamar essa parcela da população, não se configura nem como a classe trabalhadora tradicional, nem como classe média.

Souza recusa o rótulo atribuído pelo pensamento social dominante no país de que as relações pessoais aqui teriam um peso maior no que se refere às questões hierárquicas e critica o discurso de Souza e Lamounier a respeito da falta de valores e ideais liberais nas camadas emergentes. Para Souza, esse tipo de pensamento que junta racismo de classe com a ideia do patrimonialismo só serve para “justificar e perpetuar um tipo de violência simbólica, na qual a relação entre “pobreza” e “burrice” não é causal nem arbitrária” (SOUZA, 2010, p. 316).

Assim, no Brasil, esse tipo de pensamento presume que as classes populares não sabem votar, não desenvolvem o senso de confiança entre seus iguais, consome para emular as classes mais abastadas. Souza rebate essa ideia, afirmando que este é um pensamento determinista, um racismo culturalista, segundo palavras do autor, e que imputa às classes populares um estigma de pré-modernidade.

O autor vê nas relações pessoais e nas relações com o estado não uma forma de liberalismo à brasileira, e sim instrumentos possíveis, ou os mais disponíveis, no agenciamento de estratégias que se antecipam à ordem do mundo, nos termos de Bourdieu, na busca por uma vida mais digna através do trabalho árduo.

Para Souza, a forte disposição para o trabalho estaria muito mais ligada à questão de romper com a reprodução da pobreza excludente. E o consumo não se prestaria nesse caso à emulação, e sim se constituiria numa forma de garantir uma qualidade de vida melhor, fruto do trabalho desses batalhadores em jornadas irregulares. O consumo, nesse caso, representaria muito mais a objetificação de uma conquista que se deu através da fé em si mesmo.

## **2 – A categoria classe média: algumas definições**

É interessante observar que o fenômeno em questão reacendeu a discussão em torno da categoria classe média. Essa categoria, por si só, já gera muitas controvérsias. Segundo Mills (1976), os *white collors*<sup>6</sup> dos anos 1950, que constituíam a classe média americana, fruto da predominância da racionalidade burocrática sobre a racionalidade individual era um grupo caracterizado pelo contrato de trabalho, pelo pagamento mensal e por um estilo de vida marcado pela diferença no modo de vestir, entre outros, na busca por prestígio e status, com comportamentos e atitudes típicos da sociedade de massa. Um grupo caracteristicamente envolvido por um sentimento de insegurança, por causa da dependência ao contrato de trabalho, ou seja, sua autonomia era extremamente dependente da empresa capitalista.

Segundo Guerra *et al* (2006), com o desenvolvimento do capitalismo e dos avanços tecnológicos crescem também os serviços burocráticos, tanto na grande empresa capitalista como no estado e, em consequência direta, cresce o emprego assalariado. Em consonância com esses fatores, ocorre a separação da administração técnica e científica do processo produtivo; escritório e chão de fábrica passam a não ocupar o mesmo espaço físico. Simbolicamente os empregados assalariados da burocracia passam a se distinguir da classe trabalhadora não apenas pelos rendimentos mais elevados como também pelo alto padrão de consumo.

A partir da década de 1970, quando se inicia uma nova revolução tecnológica, passam a ocorrer diversas mudanças na esfera produtiva, tais como o enxugamento nos quadros do processo produtivo e administrativo; o predomínio da produção flexível, a terceirização e a automação; e novas formas de relações de trabalho. Esses fatores resultam em novos tipos de ocupação, que passam a existir com base nas novas

---

<sup>6</sup> A expressão *white collors* foi traduzida para o português como colarinhos branco.

demandas tecnológicas. A classe média passa assim a ser identificada como pós-industrial e detentora privilegiada do conhecimento e protagonista das demais formulações acerca da imaterialidade da produção capitalista (GUERRA *et al*, 2006).

De acordo com Giddens (2010), alguns autores preferem falar de “classes médias”, dada à grande diversidade tanto de ocupações, como de status e de oportunidades de vida entre aqueles que fazem parte desses segmentos.

Em relação à classe média brasileira, após a Revolução de 1930, o país passa a ter um projeto de industrialização nacional, que avança predominantemente nas cidades, possibilitando a reprodução e o crescimento de uma classe média assalariada e urbana. Enquanto isso, no setor agrário, o grande latifúndio predomina, impossibilitando a mobilidade social ascendente, o que potencializou o êxodo rural para as cidades mais industrializadas do país (GUERRA *et al*, 2006).

A classe média brasileira mais tradicional, que emergiu com o projeto de industrialização nacional, consolidou-se nos anos 1950 e teve seu ápice de crescimento nos anos do chamado Milagre Econômico Brasileiro, entre 1968 e 1973. Esse segmento foi naquele período a beneficiária privilegiada dos programas governamentais, que garantiam acesso à casa própria e ao bem estar social. Esses programas garantiam também a distinção dos rendimentos salariais entre operários e aqueles que ocupavam as posições intermediárias. Os pobres só tiveram alguma atenção do Estado no final do regime militar.

Dentro desse quadro privilegiado, a classe média se expandiu de forma coesa dentro do período que compreende não apenas o período do “milagre”, como boa parte dos anos 1980. Segundo F. Santos (1999), a classe média brasileira, ancorada nos recursos que o Estado e o mercado lhe ofereciam, aumentava seu poder aquisitivo e seu bem estar material, e por não estar exposta à grande competitividade, mantinha-se coesa e consciente de sua poderosa posição estamental.

A classe média se torna assim a grande beneficiária do crescimento econômico, do modelo político e dos projetos urbanísticos. Resulta daí um sentimento de inclusão no sistema político e econômico acompanhado por um sentimento de segurança. Instala-se um processo de barganhas entre a classe média e o governo, que tem nesse segmento o seu maior alicerce. O crescimento dos níveis de educação e renda propicia um estilo de vida que se deseja preservar. Dessa maneira a classe média brasileira se volta mais para

o consumo do que para as questões de cidadania, conivente com um tipo de crescimento econômico baseado no cerceamento das liberdades democráticas.

Conforme também foi dito anteriormente, a classe média brasileira se expandiu nos anos do “milagre brasileiro” sem muita competição e com privilégios em relação às classes populares, assegurados pelo Estado. Isso explica em parte a sua posição tradicionalmente conservadora. É bem provável se ouvir em conversas entre pessoas de classe média, atualmente, duras críticas aos programas sociais do governo, que distribuem renda às famílias pobres, como é o caso do programa Bolsa Família, entre outros.

A classe média brasileira conquistou um padrão de bem estar material ou estilos de vida vividos através do aumento do poder de consumo. O consumo sempre foi para a classe média brasileira um forte instrumento de marcação social, além da busca por diferenciação através da cultura e da meritocracia educacional. O consumo assume aqui um importante papel no imaginário social da classe média, que através do mérito profissional busca elevar cada vez mais o seu padrão de consumo. Assim, lugares, comidas e vestimentas são elementos que marcam a distinção entre a classe média mais tradicional da classe média hoje emergente e dos pobres.

Enquanto o gasto das classes mais pobres se concentra em alimentação, moradia, vestuário e cuidados pessoais, os gastos da classe média estão concentrados em educação, cultura e lazer e serviços privados de saúde. A classe média, diferentemente da classe média emergente, não está habituada a utilizar os serviços públicos em virtude da péssima qualidade que esses oferecem, como educação e saúde, por exemplo, em virtude disso parte importante da renda familiar é destinada a essas despesas. Além, é claro, do investimento em educação ser uma característica das classes médias modernas, pois esse tipo de investimento é o que garante a reprodução e perpetuação do status social desse grupo (GUERRA *et al*, 2006).

Durante o processo histórico de consolidação de uma classe média brasileira nos períodos acima citados, trabalhadores migrantes do interior e do Nordeste do país, em sua maioria de origem camponesa, com nenhum ou quase nenhum capital cultural, deixaram o campo em busca de melhores condições de existência nas grandes capitais do Sudeste do país. A maior dessas pessoas não conseguiu colocação no circuito de trabalho formal, só encontrando trabalho no âmbito da informalidade e precariedade econômica (GUERRA *et al*, 2006).

A moderna classe média brasileira quase sempre esteve alheia às desigualdades sociais do país, sobretudo porque essa desigualdade sempre favoreceu esse segmento que usufruía, e ainda usufrui, de privilégios que as classes médias dos países desenvolvidos não possuem, como por exemplo os serviços pessoais de babá, faxineira, empregada doméstica, motorista, segurança, serviços possíveis por causa da baixa remuneração e da quantidade de mão de obra disponível.

### **3 - A “nova classe média”, algumas controvérsias**

O aumento de renda e de consumo das classes populares está realmente acontecendo no país por uma série de fatores, conforme foi citado no início e não se pretende aqui, negar uma realidade tão óbvia. Entretanto, maior renda e maior poder de consumo podem não implicar necessariamente em mobilidade social, principalmente de uma parcela tão grande da população em tão curto espaço de tempo, como é o caso do fenômeno que aqui está sendo discutido.

Sem dúvida a economia brasileira vem crescendo e, considerando o PIB atual, o Brasil já é a sexta economia do mundo, porém, na colocação no ranking de IDH – Índice de Desenvolvimento Humano, o país ocupa a 84<sup>a</sup> posição entre 187 países, ainda que o país tenha avançado 3 posições nos últimos 5 anos, a desigualdade social ainda é muito alta entre nós. Por exemplo, no IDHAD – Índice de Desenvolvimento Humano Ajustado à Desigualdade – o país ocupa 73<sup>a</sup> posição entre 134 países<sup>7</sup>. O IDHAD combina dados que levam em conta, além da distribuição de renda, a distribuição de saúde e educação. O que nos coloca a frente de uma primeira controvérsia, pois parece faltar muito para os índices relativos ao desenvolvimento humano e de equidade na distribuição dos recursos chegarem próximos ao da colocação econômica.

Em relação ao aumento dos postos de trabalho no país, a PME – Pesquisa Mensal de Emprego do IBGE – que produz indicadores mensais sobre a força de trabalho, tem apontado um aumento significativo no setor formal. Segundo comunicado do IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, como base na PME/IBGE, os postos de trabalho formais no país cresceram entre 2001 e 2009 43,5%, chegando a 41 milhões em 2009. Já em relação aos postos de trabalho não formalizados o percentual de

---

<sup>7</sup> Segundo PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento, divulgado em 11/2011, disponível no site PNUD Brasil.

crescimento foi menor, cresceu 9,2% no mesmo período, mas apesar do índice ser menor, o número de postos informais ainda é maior do que o de postos de trabalho formais, 47,7 milhões em 2009<sup>8</sup>.

O que de fato é constatável a partir dos indicadores econômicos apresentados é que ocorreram mudanças em relação à renda e ocupação que se refletiu no aumento do consumo, mas é possível afirmar que essas mudanças de fato ocorreram a um nível mais estrutural?

Não aprofundarei aqui o preconceito de classe (BOURDIEU, 2008) vivenciado pelas pessoas desse segmento, que passaram a ser culpabilizadas pela classe média mais tradicional pela superlotação nos aeroportos, pelo trânsito caótico e pela degradação do meio ambiente, segundo reportagem realizada pela BBC Brasil, intitulada “Preconceito Ronda Jornada Turística da Nova Classe Média”<sup>9</sup>, baseando-se em pesquisa do instituto Data Popular. Esse é um fato que ocuparia muito espaço desse artigo.

Questões ligadas à saúde, educação, saneamento básico e segurança são as responsáveis pelos altos índices de desigualdade, conforme foram apresentados. Em etnografia realizada por mim em um bairro popular da Zona Oeste da cidade do Rio de Janeiro pude constatar entre algumas famílias pertencentes a esse segmento, que a realidade delas é muito diferente do ideal que fazemos do que seja ser de classe média no Brasil.

Pessoas da classe C, segundo os padrões que classificam socioeconomicamente a população, apresentam capital cultural muito baixo, o que explica as ocupações que exercem: quando não são pequenos empreendedores locais, trabalham em sua maioria na informalidade ou ocupando funções que não demandam especialização técnica ou acadêmica. A maioria não possui educação superior e, quando cursaram uma faculdade, essa é da rede privada.

Em relação à saúde, um episódio durante a realização do trabalho de campo exemplificou muito bem as precárias condições de atendimento do sistema público de saúde. Uma de minhas informantes havia agendado uma cirurgia de períneo,

---

<sup>8</sup> Fonte: Comunicado do IPEA Nº 89 – Emprego e oferta qualificada de mão de obra no Brasil - 28/04/2011.

<sup>9</sup> Reportagem “Preconceito Ronda Jornada Turística da Nova Classe Média” da BBC Brasil em formato eletrônico em 09/11/2011.

[http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2011/11/111108\\_preconceito\\_classe\\_c\\_pc.shtml](http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2011/11/111108_preconceito_classe_c_pc.shtml) - acesso em 15/11/2011.

internando-se na data marcada, porém a cirurgia não aconteceu. De tanto esperar acabou contraindo uma forte gripe dentro do hospital e foi dispensada pelos médicos.

A mesma localidade vive sob as regras de uma milícia local e o transporte público é de péssima qualidade. E se o trabalho de campo se repetisse em outros locais, onde reside a maioria da classe C no Brasil, bairros populares e periféricos, quando não em comunidades ou favelas, outros problemas se agregariam aos aqui relatados.

Segundo dados divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE no atlas do saneamento 2011, menos da metade dos domicílios brasileiros estão conectados à rede de esgoto. Essa e outras controvérsias ou incoerências a respeito de se classificar uma imensa massa da população – que até há 10 anos estava abaixo da linha da pobreza – de classe média saltam aos olhos. E, justamente por essa parcela da população se sentir tão excluída do mundo da classe média e dos ricos, que é tão midiaticizado e tido como o ideal de ser e pertencer, é que essa classe enxerga na atividade do consumo um canal de inclusão social, ainda que esta seja uma inclusão superficial.

## **Conclusão**

Para Campbell (2009), o consumo não é um instrumento de desintegração da cultura e da personalidade pós-moderna. Ao contrário, o consumo contribui para a resolução da crise de identidade, funcionando, para cada um, como uma via de reconhecimento, através do qual combatemos o sentimento de insegurança ontológica que todos sofremos (BARBOSA, 2010). Nesse sentido, o consumo contribui para a escolha de um estilo de vida através dos gostos e desejos específicos dos indivíduos, o consumo se torna definidor de identidades, sendo o ato de consumir vital e necessário para o autoconhecimento.

Gomes (2009) afirma que o consumo moderno faz parte da construção de várias formas de subjetividade que são construídas pela incorporação de determinados *habitus* ou estilos de vida que envolvem formas específicas de se relacionar com a cultura material. Tanto que seria impossível conceber sociedades contemporâneas em que não existissem formas de materialismo e consumo.

Giddens (2002) diz que o estilo de vida é privilégio dos grupos e classes mais prósperos, porque em nossa sociedade o consumo é um dos principais responsáveis pela

demarcação de um estilo de vida e, portanto, os pobres estariam excluídos de ter um estilo de vida, este seria um privilégio dos grupos mais prósperos. Campbell diz que o consumo de fato serve como uma resposta à “crise de identidade” na pós-modernidade, sendo “o consumo a principal atividade pela qual os indivíduos resolvem esse dilema” (2009, p.51).

É nesse sentido que as camadas populares, os mais pobres, estariam excluídos da possibilidade de optar por um estilo de vida definido. Quando a carência material é muito grande em nossa sociedade, podemos considerar que não existe um estilo de vida, ou este seria definido pela falta, ou seja, pelas mínimas possibilidades de escolha, pelas escolhas voltadas para a satisfação das necessidades mais imediatas.

Na etnografia realizada por mim, quando as pessoas eram questionadas a respeito de seu estilo de vida, muitas afirmaram não ter um estilo de vida próprio. Se for levado em consideração que só agora é possível a essa nova classe emergente o acesso à escolha dentro de uma gama variada de produtos e serviços, é possível imaginar que talvez, pela primeira vez, essas pessoas comecem a pensar no sentido de ter um estilo de vida.

Ainda, ao imaginar um sentimento de pertencimento através do consumo da nova classe emergente, partilho da ideia de Canclini (2008) que diz respeito às mudanças na maneira de consumir, as quais alteraram as possibilidades e as formas de exercer a cidadania.

Segundo esse autor, as perguntas dos cidadãos em relação ao lugar de pertencimento, aos seus direitos, ao acesso à informação e representatividade de seus interesses são respondidas muito mais “através do consumo privado de bens e dos meios de comunicação de massa do que pelas regras abstratas da democracia ou pela participação coletiva em espaços públicos” (*Ibid*, p.29). A burocracia e as decisões no sentido de uniformizar as sociedades se dão em instâncias globais distantes do cidadão comum, os bens e as mensagens passam então a se constituir nas coisas mais acessíveis que chegam até nós, e fazemos com eles aquilo que entendemos ser o melhor.

Além dos critérios relacionados ao prazer, ao selecionarmos os bens, partimos do critério daquilo que para nós é valioso, que nos representa para o outro. Uma das condições para a vida social é que todos os participantes compartilhem de um conjunto comum de expectativas normativas sustentadas e incorporadas, ou um imaginário

social. Esse imaginário social é construído a partir de um tipo de entendimento comum, de modo que as coisas sejam de um jeito e não de outro (VELOSO e SANTOS, 2009).

Portanto, a identidade é criada a partir do ponto de vista de um grupo, e o estilo de vida é fundamental para a representação dessas identidades. Um imaginário social que informe o que é ser cidadão se constrói entre nós pela mídia e, principalmente, nas camadas populares, pelos meios de comunicação de massa, sobretudo através das novelas de TV (GOMES, 1998). A nova classe emergente que pode agora, além de sonhar, adquirir, busca ter uma casa “normal”: com todos os eletrodomésticos, móveis e objetos, o que faz com que se sinta incluída simbolicamente naquilo que foi socialmente construído como o ideal de vida, usufruindo de bens de consumo como eletrodomésticos de primeira linha, aparelhos de TV gigantescos, viagens em cruzeiros pela costa brasileira, alimentação *delivery* etc.

Vinculando as ideias sobre consumo e cidadania propostas por Canclini ao fenômeno da nova classe emergente, é possível imaginar que as pessoas dessa nova classe percebem no consumo uma possibilidade de construir uma identidade que se conecte ao imaginário social do que é ser um cidadão.

Sobre o fenômeno da chamada “nova classe média”, ele nos informa muito mais sobre o papel do consumo nas relações sociais do que delirarmos acreditando que vivemos em país onde a maioria é de classe média no sentido tradicional desse termo.

### **Referências Bibliográficas:**

BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin. “O estudo do consumo nas ciências sociais contemporâneas” In: BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin. *Cultura, consumo e identidade*. Rio de Janeiro: FGV, 2009.

BOMENI, Helena. *Do frango ao avião ou o que é possível dizer sobre a nova classe média brasileira? Notas exploratórias*. Rio de Janeiro: CPDOC/FGV, 2011.

BOURDIEU, Pierre. *A Distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp; Porto Alegre, RS: Zouk, 2008.

CAMPBELL, Colin. “Eu compro, logo existo: as bases metafísicas do consumo moderno”. In: BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin. *Cultura, consumo e identidade*. Rio de Janeiro: FGV, 2009.

- CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2008.
- GIDDENS, Anthony. *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.
- \_\_\_\_\_. *Sociologia*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbekian, 2010.
- GOMES, Laura Graziela F. Fernandes. *Novela e sociedade no Brasil*. Niterói: EdUFF, 1998.
- \_\_\_\_\_. “*Madame Bovary ou o consumo moderno como drama social*” In: BARBOSA, Lúvia; CAMPBELL, Colin (Orgs.). *Cultura, Consumo e Identidade*. Rio de Janeiro, FGV, 2009.
- GUERRA, Alexandre *et. al.* (orgs). *Atlas da nova estratificação social no Brasil - vol. I, Classe média: desenvolvimento e crise*. São Paulo, Cortez, 2006.
- MILLS, C. Wright. *A nova classe média*. Rio de Janeiro: Zahar, 1976.
- NERI, Marcelo (coord.). *A nova classe média*. Rio de Janeiro: FGV/IBRE/CPS, 2008.
- VELOSO, Letícia; SANTOS, E. Inácio dos. *Consumo e Sociabilidade na Construção do Imaginário Carioca*. IN: BARBOSA, Lúvia; PORTILHO, Fátima; VELOSO, Letícia (orgs). *Consumo: cosmologias e sociabilidades*. Rio de Janeiro: Maud X; Seropédica, RJ: EDUR, 2009.
- SANTOS, Figueiredo José Alcides. *Questão de Classe: Teorias e debates acerca das classes sociais nos dias de hoje*. Juiz de Fora: Clio Edições Eletrônicas, 2004.
- SOUZA, Amaury de; LAMOUNIER Bolívar. *A classe média brasileira: ambições, valores e projetos de sociedade*. São Paulo: Elsevier, 2010.
- SOUZA, Jessé. *Os batalhadores brasileiros: nova classe média ou nova classe trabalhadora?* Belo Horizonte: UFMG, 2010.