CLASSES SOCIAIS E MOBILIDADE NO BRASIL : O OLHAR DA MÍDIA

Afrânio de Oliveira Silva – CPDA/UFRRJ
Patrícia Gonçalves – CPDA/UFRRJ

Resumo

O Brasil nos últimos anos tem se destacado no cenário internacional como uma nação emergente. As mudanças introduzidas pelo crescimento econômico resultaram em uma mobilidade social significativa na base da pirâmide social. No entanto, as abordagens têm privilegiado dimensões diferentes desse fenômeno, chegando a ser denominada na literatura como o surgimento de uma 'nova classe média'. O que se propõe aqui é discutir brevemente as distintas posições sobre essa mudança na sociedade, destacando sua simplificação pelos meios de comunicação.

Abstract

Brazil in recent years has stood out in the international scene as an emerging nation. The changes brought about by economic growth have resulted in significant social mobility at the base of the social pyramid. However, the approaches have privileged different dimensions of this phenomenon, coming to be denominated in the literature as the emergence of a 'new middle class'. What is proposed here is to briefly discuss the different positions on this change in society, highlighting its simplification by the media.

Palavras-chave: mobilidade, classe e mídia

Introdução

O Brasil nos últimos anos tem se destacado positivamente no cenário internacional como uma nação emergente, com destaque em 2008 quando foi promovido a *investment grade* pela agência de classificação de risco *Standard & Poor's* e em 2009 quando o presidente Lula foi saldado pelo presidente dos EUA, Barack Obama, como "*That's my man*" no encontro do G-20 em Londres. As mudanças introduzidas pelo crescimento econômico, com destaque para os ganhos reais do salário mínimo e o do Programa Bolsa Família, resultaram em uma mobilidade social significativa na base da pirâmide. No entanto, as abordagens têm privilegiado dimensões diferentes desse fenômeno, chegando a ser denominada na literatura especializada como uma 'nova classe média'. O que se propõe neste artigo é discutir brevemente as distintas posições sobre essa mudança, destacando a simplificação desse fenômeno pelos meios e comunicação.

As classes sociais

Algumas mudanças estruturais, como a queda do muro de Berlim, serviram para estimular os debates em torno das novas configurações da vida social no capitalismo contemporâneo. Questões como identidade de classe trabalhadora, estilos de vida, sociabilidade da classe trabalhadora continuaram a possibilitar a compreender da expressão de vida coletiva e da ação coletiva desses indivíduos como grupos organizados. O atual caso da emergência de uma nova classe média traz à cena um fenômeno novo carente de debates sociológicos.

Sem pretender resgatar um debate mais profundo sobre classes sociais no Brasil, propõe-se fazer uma breve apresentação do tema, já que essa é uma arena marcada por uma grande disputa ideológica. Depois de um tempo de "esfriamento" da discussão sobre classes sociais a emergência da denominada "classes média" fez efervescer a produção acadêmica sobre as classes sociais.

A discussão sobre classe nos remete ainda aos dois principais clássicos da sociologia: Marx e Weber. As teorias desses dois autores forma a base da maioria das análises sobre estratificação social e classes sociais. Para Marx, o processo de transformação social se encontra estreitamente relacionado com as contradições que ocorrem na base material da sociedade: com as contradições que se manifestam entre as forças produtivas e as relações de produção e com as lutas de classes. Em cada contexto histórico, a classe dominada da época seria o agente da transformação social na medida em que adquirisse consciência das contradições

sociais e na medida em que se organizasse para a conquista do poder político enquanto instrumento promotor das mudanças. Nesse modelo teórico as classes teriam sua origem na esfera da produção. A teoria de classes de Marx possibilita identificar a configuração básica das classes de cada modo de produção, ou seja, aquelas que responderiam pela dinâmica essencial de uma dada sociedade, definindo as relações com as demais classes, tendo como tendências, no modo capitalista de produção, de separar cada vez mais o trabalho e a propriedade dos meios de produção, eliminando assim as divisões intermediárias das classes.

Max Weber desenvolveu sua teoria de classe social, a partir da estratificação social. Embora aceitasse que as classes tinham origem na dimensão econômica, Weber encontrou outros fatores econômicos na formação das classes. Segundo Weber, as divisões de classes derivavam não apenas da posse ou não dos meios de produção, mas de diferenças econômicas que não estavam relacionadas diretamente com a propriedade. Esses recursos estão relacionados ás habilidades e qualificações que afetam o tipo de trabalho que os indivíduos podem ter, ou seja, sua posição de mercado. Algumas profissões oferecem maiores salários e condições de trabalho mais favoráveis que outras. Dessa forma, algumas "credenciais" como títulos, diplomas e habilidades tornam os indivíduos mais "vendáveis" que indivíduos sem esses atributos. Além disso, as camadas sociais poderiam se expressar também por "estilos de vida", assim as sociedades se separariam em diferentes grupos de reputação baseados não apenas em posições econômicas, mas também em critérios não econômicos, como moral, cultural e de estilo de vida, que seriam sustentados através da interação das pessoas com seus pares.

A abordagem sobre classes sociais também foi associada ao consumo, destacando nesse campo, os autores Pierre Bourdieu, Mary Douglas e Isherwood. A escolha desses autores revela uma preocupação analítica importante, já que o atual debate sobre a nova classe média está ligado à percepção deste público dentro da estrutura de classes, bem como sua relação com o poder de consumo.

Para Bourdieu os membros de uma classe social se envolveriam deliberada ou objetivamente em relações simbólicas com indivíduos de outras classes, e com isso exprimiriam diferenças de situação e de posição, que seriam as marcas de distinção. Os traços que Weber atribuiu ao grupo de *status* pertenceriam à ordem simbólica. Os grupos de *status* se definiriam menos por *ter* do que por *ser*, o que é importante é a maneira de usar os bens. As ações simbólicas exprimiriam sempre a posição social segundo uma lógica que seria a mesma da estrutura social, a lógica da distinção.

O jogo das distinções simbólicas se realizaria no interior dos limites estreitos definidos pelas coerções econômicas e, por este motivo, permaneceria um

jogo de privilegiados. Bourdieu propôs um projeto teórico onde três diferentes tipos de recurso ou capital (econômico, cultural e social) operariam no campo do consumo competindo por status. Diferentemente do capital econômico ou social, o capital cultural consistiria de um conjunto de gostos raros e distintos, habilidades, conhecimentos e práticas. O capital cultural ocorreria em três formas primárias: encorpado como conhecimentos, habilidades e disposições práticas e implícitas; materializado em objetos culturais; e institucionalizado em diplomas e certificados oficiais que atestariam a existência da forma incorporada. As pessoas que detivessem o capital cultural teriam altos níveis educacionais, pensamento abstrato e profissões que enfatizassem a produção simbólica. A distinção se daria através da maneira pela qual os objetos seriam consumidos de forma inacessível àqueles com menos capital cultural.

A perspectiva de Douglas e Isherwood (2004) também classifica a atividade de consumo atuando como um sinalizador do *status*, como "barreira" ou "ponte", ou seja, como elemento de distinção ou de aproximação entre indivíduos ou grupos. Os artigos de luxo seriam usados como armas para a exclusão. Os autores entendem que o consumo seria a parte visível da cultura e seu estudo ajudaria a entender a "lógica concreta das classificações" e a definir suas características.

O consumo representaria um universo de signos e significados, onde os objetos "se comunicam", produzindo e mantendo relacionamentos sociais. O indivíduo usaria o consumo para dizer algo sobre si próprio, sua família e sua localidade. Assim, todos os produtos poderiam ter significado, mas nenhum por si mesmo; o significado estaria na relação entre os produtos. Douglas e Isherwood (1979) conseguiram potencializar a noção de consumo ao mostrar o lado social e o ato coletivo do consumo que criariam significados e os revisariam a todo o tempo. Para estes autores, assim como para Bourdieu, as escolhas no consumo são moldadas culturalmente e elas se diferenciariam nos gostos.

A nova Classe Média: o atual debate

No atual debate sobre a nova classe média quatro autores tem se destacado. Marcelo Neri, Amaury de Souza e Bolívar Lamounier, Jesse Souza e Marcio Pochmann. O foco de Neri (2011) é medir as classes econômicas a partir da literatura de bem-estar social baseada em renda per capita. Com isso a evolução das classes econômicas A, B, C, D e E foram percebidas em termos de mensuração da distribuição de renda. De forma mais particular a classe C – batizada de nova classe média – se destacou no período. Neri afirma que essa nomenclatura está

atrelada a estratos econômicos e não a uma discussão de classes sociais. Mais do que acesso ao consumo, o que caracteriza a nova classe média é o trabalho, ou seja, o lado produtor que permite sustentabilidade para manter o padrão adquirido. O crédito ao consumidor e os benefícios oficiais também fazem parte da classe C, mas não são os protagonistas, o emprego formal é o ícone, o símbolo de ascensão. Na visão do autor, a renda é o apoio central da análise e a ela foram alinhadas perspectivas subjetivas, tais como, expectativas das pessoas, ativos físicos, humanos e sociais. Os limites da nova classe média foram estipulados numa fronteira que aufere a renda média da sociedade, isto é, no sentido estatístico. Assim a nova classe média está compreendida entre aqueles acima da metade mais pobre e um pouco abaixo dos 10% mais ricos.

Entre 2003 e 2011 cerca de 39,6 milhões de pessoas ingressou na chamada nova classe média totalizando 59,8 milhões, configurando um aumento acumulado de 9,12% na proporção de pessoas pertencentes a esse grupo desde 2009, o que equivale dizer que cerca de 10,5 milhões de brasileiros não eram e passam a ser nova classe média. Em números absolutos atinge-se a marca de 100,5 milhões de brasileiros que possuem renda entre R$ 1.200,00 até R$ 5.174,00 mensais. O que corresponde a 55,05% da população. Dessa forma, a nova classe média torna-se a classe dominante, do ponto de vista econômico concentrando 46,6% do poder de compra dos brasileiros em 2011.

Para Neri, pertencer à classe média inclui, além do consumo, o acesso a carteira assinada como forma de sustentar o padrão adquirido. Crédito e benefícios oficiais fazem parte da classe C, mas como coadjuvantes, o protagonista é o trabalho formal.

Outra abordagem sobre o tema pode ser vista no trabalho de Amaury de Souza e Bolívar Lamounier (2010), que destacam o crescimento das classes médias nos países emergentes por conta da extraordinária prosperidade da economia mundial nos últimos 20 anos que antecedem à crise de 2008/09. Dentro desse contexto, o Brasil é uma parte expressiva desse crescimento que, impulsionados pelo aumento do emprego e da renda, em condições de inflação baixa e credito farto, milhões de brasileiro puderam aumentar seu poder de compra e começaram a adquirir casa própria e automóvel, apontados pelos autores como ícones de ingresso na classe média, bem como de outros bens de consumo. Os autores definem um público com rendimentos entre R$ 1.115 e R$ 4.807 que em 2008 representava 52% da população frente a 44 % em 2002.

As transformações ocorridas nos anos 90, onde o Brasil estabiliza sua economia e deslancha um processo de reformas estruturais incluindo as privatizações e a uma reorientação da política social, alterou profundamente as percep-

ções e estratégias de ascensão social. Com efeito, milhões de brasileiros passam a experimentar a mobilidade social num contexto de mudança no plano das identidades coletivas. A classe C deixa de ser baixa e começa a ser média disputando espaços situados imediatamente acima dela, isto é, a classe média tradicional.

Os autores tem como eixo principal de debate a questão da sustentabilidade desse público, ou seja, se os índices de expansão da nova classe média serão sustentáveis. Partindo dessa indagação, Lamounier e Souza estipulam três dimensões que dão sustentação ao processo de mobilidade social. Em primeiro lugar estão os fatores econômicos, onde a concentração de renda agrava o cenário brasileiro, mesmo diante da recente diminuição da desigualdade. Outro aspecto que pode influir na sustentabilidade da ascensão da classe média é a protelação de reformas estruturais, como a trabalhista e a tributária sem as quais as distâncias entre os setores formais e informais ainda serão profundas. E por último o fato do crescimento e da mobilidade da nova classe média ocorrer via consumo e não por novos padrões de organização ou desempenho na produção. Em síntese, os fatores econômicos apontam para uma vulnerabilidade face à instabilidade dos empregos e consequentemente da renda, além do alto grau de endividamento dos indivíduos e o isolamento social dos mesmos.

Na dimensão social, destaca-se o papel da educação, do empreendedorismo e das atitudes em relação ao trabalho. De acordo com os autores, a educação tem sido ponto-chave na criação de chance de acesso à classe média, verificando uma relação direta entre a ascensão da nova classe média e a queda da disparidade educacional e de renda. A educação, mais precisamente o curso superior, é um fator determinante tanto para a ocupação exercida quanto um potencial aumento das chances de mobilidade ocupacional.

E por fim, os recursos políticos, os quais os autores ressaltam como fundamentais. O capital social das classes médias antigas é superior ao da ascendente classe média e está baseada em larga medida nas famílias e no círculo de amigos. Os autores questionam se a nova classe média poderá desempenhar um papel transformador na sociedade como anteriormente na história política do país.

Com base em pesquisa quantitativa e qualitativa, os autores exploraram a identificação subjetiva de classe. Em relação aos critérios subjetivos de classe, sem considerar uma ideia rigorosa de consciência de classe, esse conceito subjetivo pode envolver valores, crenças e estilos de vida. Os autores destacam que significados morais e culturais de vida tendem a ser estáveis na classe média. A pesquisa mostrou que poucos dos que se classificam inicialmente como classe média se reconhece como membros de outra classe quando estimulados pela lista. Os autores destacam a própria visão dos entrevistados sobre "classe média"

e identificam que essa designação inclui certo patamar de vida, envolvendo uma renda que permita acesso a um padrão de vida confortável, incluindo habitação, consumo e lazer. Para esses indivíduos um padrão de vida estável e casa própria são os fatores que definem quem pertence à classe média, ícones considerados como essenciais ou muito importantes pelos respondentes – "mantém uma condição sem muito aperto...". Ainda dentro dessa percepção, a educação universitária com 87% e profissão de prestígio com 85% vêm logo em seguida, renda alta 80% e acesso a lazer e diversão 80% e boas escolas 77% compõe a visão dos entrevistados como fatores que identificam o pertencimento a classe média.

Para os autores, o acesso ao crédito banalizou o consumo de bens até então inacessíveis às classes mais baixas, trazendo um valor simbólico para a definição de uma identidade de classe média. A pesquisa mostrou uma valorização de determinadas atividades de lazer, como ir ao shopping, e ter acesso a eventos artísticos e viagens. Verificam também em relação ao consumo uma relativa vulnerabilidade da classe média baixa devido a instabilidade de seus rendimentos. O aumento da oferta de crédito ao consumidor e mais recentemente do crédito imobiliário representa chances reais de viabilização das aspirações de consumo nessa classe de renda e nas de renda mais baixa. Entretanto a inadimplência ameaça as conquistas recentes.

Os autores apontam uma diminuição das distâncias sociais em função da difusão do consumo, mas questionam seu alcance devido a desigualdade social, apontando para o risco de fracasso e estagnação em virtude do cenário macroeconômico. As oscilações de renda geradas por empregos pouco estáveis ou atividades pessoais, o endividamento e o risco de inadimplência, o temor de perder o emprego, de não ter dinheiro para se aposentar, bem com de manter o padrão atingido é uma preocupação dominante para o público.

Outro autor que analisa esse fenômeno é Jessé Souza (2010). A pesquisa realizada pelo autor aborda o que ele chama de uma classe social nova e moderna, resultado das transformações recentes do capitalismo mundial. Essa classe está incluída no sistema econômico como produtora de bens e serviços valorizados ou como consumidora crescente de bens duráveis e serviços que antes eram privilégio das classes média e alta.

Por essa razão o autor rebatiza a nova classe média de nova classe trabalhadora, ou seja, os emergentes que estão dinamizando o capitalismo recente na última década no Brasil. Essa classe é nova no sentido de que é fruto das mudanças sociais profundas e recentes no país em decorrência da instauração de uma nova forma de capitalismo no Brasil e no mundo.

Partindo dessa abordagem, o autor traça um eixo teórico que envolve as mudanças no capitalismo recente para justificar a emergência desse público. Desse modo o objetivo é perceber as ambiguidades constitutivas dessa nova fase do capitalismo mundial e brasileiro e compreender o potencial de mudança possível nesse contexto específico. Esse processo aponta que a nova classe média é resultante de um processo de dominação do capitalismo financeiro. A instalação da lógica de capitalismo financeiro no Brasil, a partir de 1990, foi rápida e retumbante. Iniciada no período de privatizações do governo FHC, a lógica se mantem a partir da manutenção das altas taxas de juros na sociedade brasileira e também todo o novo conceito de empreendedorismo, como se todo mundo pudesse virar empresário.

De acordo com o autor, a nova classe de emergentes envolve pelo menos 30 milhões de brasileiros que adentraram o mercado de consumo por esforço próprio, sendo o exemplo da nova autoconfiança brasileira dentro e fora do país. Para o autor quando se diz que os emergentes são nova classe média é uma forma de dizer que o Brasil está galgando os patamares de primeiro mundo, onde as classes médias, e não os pobres formam o fundamento da estrutura social. O autor argumenta que isso é uma meia verdade porque o fenômeno está sendo interpretado de forma distorcida sem considerar conflitos e contradições. Para Jessé, o objetivo principal disso não é esclarecer o que acontece, mas reforçar o domínio do novo tipo de capitalismo que tomou o Brasil.

Desenvolvendo seu argumento, Jessé afirma que o mais importante nesse fenômeno é a transferência de valores imateriais na reprodução das classes sociais e de seus privilégios no tempo. O dinheiro enquanto tal não confere a quem o possui aquilo que distingue o rico dentro os ricos. É a herança imaterial que vai permitir casamentos vantajosos, amizades duradouras e acesso a relações sociais privilegiadas que permitam a reprodução ampliada do próprio capital material. Na classe média, ressalta o autor, a reprodução se dá pela transmissão afetiva, invisível, imperceptível porque cotidiana e inserida no interior da casa, das precondições que irão proporcionar aos filhos dessa classe as mesmas chances de competir na aquisição e na reprodução de capital cultural. Mesmo invisível esse processo de identificação emocional e afetiva já envolve uma imensa capacidade e vantagem de competição social, como também das mesmas disposições para o aprendizado, para a concentração e a disciplina. Esses dispositivos, ou seja, o processo de socialização familiar é diferente em cada classe social.

É necessário perceber também que os capitais impessoais que constituem toda a hierarquia social e permite à reprodução da sociedade moderna, o capital cultural e econômico, são também diferencialmente apropriados. Portanto o

processo de modernização brasileiro constitui não apenas as novas classes sociais, mas também constitui uma classe inteira de indivíduos não só sem capital cultural nem econômico, mas desprovida de precondições sociais, morais e culturais que permitem essa apropriação: a ralé brasileira, ou seja, a do abandono social e político.

Para o autor fala-se de classes sociais sem a preocupação de entendê-las, para tal exercício é preciso ter acesso empírico a dramas e angústias dos batalhadores brasileiros. Não é possível determinar classes sociais por renda, mas sim pela visão prática de mundo que mostra os comportamentos e atitudes através de exemplos concretos. Dessa forma existe a possibilidade de se construir e utilizar questões julgadas relevantes em cada época sem que se distorçam os fatos de modo a legitimar os próprios privilegiados.

Para Jessé, chamar os trabalhadores brasileiros de nova classe média é ter uma interpretação triunfalista que pretende esconder contradições e ambivalências da vida desses indivíduos e veicular a noção de que um capitalismo financeiro é apenas bom e sem defeitos. Assim a proposta da pesquisa é tratar da realidade cotidiana dessa classe, ou seja, sua visão de mundo prática. Ao associar classe à renda esquece-se a transmissão afetiva e emocional de valores, processo invisível oriundo da socialização familiar que constrói indivíduos com capacidades muito distintas.

O trabalho do autor demonstra que essa nova classe conseguiu seu lugar ao sol à custa de muito esforço, pela sua capacidade de resistir ao cansaço de vários empregos e turnos de trabalho, à dupla jornada trabalho e escola, pela capacidade de poupança e de resistência ao consumo imediato e principalmente pela capacidade de crer em si mesmo e no próprio trabalho. E isso só foi possível pelo fato do capital familiar estar presente e, é por meio dele que são transmitidos os exemplos e valores de trabalho duro e contínuo, mesmo em condições adversas – capital econômico mínimo e cultural/escolar mais baixo. É pela transmissão de uma ética do trabalho que se percebe a diferença com relação às classes médias em que a mesma ética é aprendida a partir de uma ética do estudo. Para os batalhadores a necessidade de trabalho se impõe desde cedo, em muitos casos, paralela aos estudos. Portanto, sendo inexiste para os batalhadores o privilégio dessa escolha, esse grupo é incluído de forma subordinada ao processo de acumulação do capitalismo.

Em síntese, o que está em formação é uma nova classe trabalhadora, típica da recente dominância do capitalismo financeiro na economia, na cultura e na política. Ela é nova porque a alocação e o regime de trabalho são realizados de

modo novo, de forma a ajustá-lo às novas demandas de valorização ampliada do capital financeiro.

Já para Pochmann (2012) o termo "nova classe média" expressa uma concepção e uma condução fortemente voltada para as políticas públicas atuais orientadas numa perspectiva mercantil. Assim saem fortalecidos os serviços de cunho público ofertados de forma privada, tais como, educação, saúde e previdência privada. Salienta ainda que não se trata de uma nova classe, muito menos de uma classe média.

O economista defende a tese de que a mudança social dos últimos oito anos não resultou na criação de uma nova classe média. Segundo ele, os empregos gerados nos últimos anos criaram uma classe trabalhadora consumista, individualista e despolitizada. Esse novo segmento não pode ser considerado uma classe média porque esta tem ocupações diferentes dessas que foram geradas. Se fossem ocupações vinculadas a bancários, professores ou dirigentes de empresas, possivelmente poderiam ser associadas à classe média, mas não foram essas ocupações que deram razão a essa mobilidade social.

A primeira década de 2000 encontra-se diretamente influenciada pelo impacto na estrutura produtiva provocado pelo retorno do crescimento econômico onde o fortalecimento do mercado de trabalho se deu pela expansão do setor de serviços com remuneração de até 1,5 salários mínimos. No caso brasileiro, ressalta Pochmann, parcelas significativas das ocupações não são geradas pela indústria, mas sim por serviços. Por isso, entende-se que são novos segmentos no interior da classe trabalhadora. A classe média tradicionalmente tem uma estrutura muito diferente desses segmentos novos que surgiram no Brasil.

Pochmann declara que a abordagem de nova classe média é rudimentar e tendenciosa com viés político difundido e constituído pelos meios de comunicação. Chama a atenção também para a evolução das ocupações segundo a posição profissional e percebe-se a importância quantitativa da expansão dos postos de trabalho no setor de serviços, assim ocorre a concentração na base da pirâmide social, isto é, 95% das vagas abertas tinham remuneração mensal de até 1,5 salários mínimos, significando um saldo líquido de 2 milhões de ocupações abertas. Pochmann destaca ainda que a maior parte dos ocupados na base da pirâmide social permanece excluída da proteção social e trabalhista, bem como uma baixa taxa de sindicalização, menos de 13%.

O autor conclui que os trabalhadores da base da pirâmide durante o período recente ampliaram sua dimensão e tornaram-se protagonistas de um importante movimento na estrutura social brasileira. Essa alteração na estrutura ocupacional foi acompanhada da elevação real das remunerações permitindo

potencializar a mobilidade social e a inclusão no mercado de bens e consumo sem, no entanto, permitir afirmar que constitua uma nova classe média.

A mídia e fabricação da nova classe média

Ao traçar um paralelo temporal dos principais veículos de comunicação no Brasil (redes de televisão, portais, jornais e revistas), observa-se que sempre tiveram uma relação de destaque com as elites privadas e os interesses do capital financeiro, incluindo neste aspecto a sua relação com o grande esforço de manter o Estado sob seu domínio. Gramsci, Althusser entre outros, inspirados em Marx, contribuíram para explicar que a ideologia é, além de um conjunto de ideias, práticas presentes em toda a estrutura social, objetivando garantir a exploração e a manutenção do domínio social. Althusser defende que isto ocorre por meio dos Aparelhos Ideológicos de Estado, entre os quais os meios de comunicação fazem parte (Althusser, 1983). A mídia, enquanto indústria cultural passa a convergir seus interesses rumo a uma economia de mercado sob as bases de um capitalismo oligopolizado.

Marilena Chauí (2011), utilizando-se da divisão de classes do marxismo afirma que a classe média encontra-se fora do núcleo central do capitalismo. Se essa análise for válida, a classe média tende a ser um problema político porque, de fora do núcleo econômico, encontra-se também fora do núcleo do poder político. Sua posição na estrutura social a torna fragmentada, raramente encontrando um interesse comum que a unifique. Dessa forma, perpassada pelo individualismo competitivo, a classe média tende a alimentar o imaginário da ordem e da segurança. Para que seu sonho – o de se tornar classe dominante – se realize e seu pesadelo – o de se tornar classe proletária – não de concretize é preciso ordem e segurança. Isso torna a classe média ideologicamente conservadora e reacionária e seu papel social e político é o de assegurar a ideologia dominante.

A disputa de significados sobre o que seria a "nova classe média" não é sem razão. O conceito que for forjado abrirá campos de identidades e alianças. Tendo em vista os estudos da seção anterior, podem-se perceber duas grandes correntes em disputa. Uma referente ao conceito que se impõe pela lógica do mercado, fundamentado pela lógica do consumo, e a outra corrente que percebe um triunfalismo desmedido, pois o que se percebe é uma pequena melhoria de vida de uma parte da classe trabalhadora que agora pode ter acesso a bens de consumo que antes não tinha.

O que se percebe é que há um esforço da mídia para trazê-los à condição de classe média, em um esforço cotidiano para afirmar que mudaram de condição e ascenderam socialmente. Como em outros países, a classe média brasileira passou a ter duas faces no imaginário social: a de camada estabilizadora, que absorve os conflitos entre os grupos dos extremos ideológicos, e a de principal apoio ao governo, que busca nas eleições a continuidade das políticas que a favorecem.

Com assessoria de todos os tipos, os jornalistas pré-fabricam uma realidade ignorando a diversidade de condições sociais. Assim "classe média" se torna uma categoria pronta onde suas posições evitam aprofundar questões sociais mais graves e potencialmente conflituosas, como educação e saúde pública.

Essa mídia constitui um terreno fértil para produção e reprodução por parte dos agentes públicos e privados de uma mentalidade consumista em todos os estratos sociais, principalmente para essa massa de trabalhadores que agora pode consumir. Os verdadeiros interesses do trabalhador são encobertos com sonhos de um consumo imediato em detrimento de mudanças mais substanciais e duradouras. Mesmo com os grandes avanços na economia, o processo de reprodução do capital implantado no país produziu resultados contraditórios. Ao mesmo tempo em que se ampliou a desigualdade social, aumentando enormemente o abismo entre as classes, diluiu as fronteiras simbólicas que as delimitaram, ao difundir em escala intensiva, pelos meios de comunicação de massa, os valores da cultura hegemônica. Dessa forma, a expansão do consumo de massa parece contribuir para a diluição das distinções sociais. Os meios de comunicação pautam da polícia à política servindo de fundamento para manter o consenso. A mídia de massa tem sido agente extremamente importante nesse processo de hegemonia, desde as novelas até as reportagens jornalísticas.

A pesquisa de Neri gerou uma ampliação na produção de artigos e reportagens especiais em jornais e revistas, que buscavam conhecer quem eram essas pessoas que "compravam mais", pagavam suas contas, além de fazerem planos para o futuro. Os estratos populares, sempre desvalorizados, ganharam *status* de "potenciais consumidores", uma aposta que possivelmente seria acertada para muitas empresas e estrategistas de *marketing*. Assim, o tema foi objeto de reportagens dos principais jornais do país, como *O Globo* e *Folha de S. Paulo*, além de revistas de circulação nacional que apresentaram o assunto em questão em suas capas, como as revistas *Veja*, *Época* e *Época Negócios*. Na maior parte das reportagens eram apresentadas histórias de vida nas quais personagens oriundos dos estratos sociais mais baixos "venceram na vida" a partir do trabalho duro, empreendedorismo e conquistas consumistas. Usar roupas de grife, comprar carro, aumentar a casa, adquirir celulares modernos, além de computadores, são alguns

dos sinais que esse "novo" grupo aprendeu a valorizar pautado na imitação dos grupos dominantes, a partir de uma ideologia veiculada pelos meios de comunicação.

As notícias veiculadas pela mídia disseminam nesse público a possibilidade de se libertar da má oferta de serviços públicos, entrando nos serviços privados de saúde, educação e adquirindo carros para evitar o uso de transporte coletivo, na maioria das vezes, ineficiente. Uma solução sempre individualista e mercantil para problemas que são coletivos, gerando outros problemas nos centros urbanos como os grandes congestionamentos, degradação ambiental, bem como os péssimos serviços públicos de educação e saúde, agora com menos fiscalização e controle social, já que agora são serviços para "os pobres".

Considerações finais

Sem as surpresas na área econômica a sociedade pôde desfrutar de novas possibilidades. A metáfora "do frango ao avião" permite entender uma ascensão da sobrevivência ao acesso de melhores condições de vida. Os estudos analisados não deixam dúvidas de que a transformação na estrutura social brasileira trouxe resultados positivos na vida desses indivíduos como acesso a alimentação, eletrodomésticos, carro próprio, viagem de avião e educação (universidade particular, escola privada). Apesar desses avanços, um grande contingente desse público não tem acesso a serviços básicos, além de ser alvo de preconceito e estigma. Sob a aparência de uma sociedade igualitária, as pessoas estão rigidamente separadas, classificadas e categorizadas em torno de códigos rígidos de valoração simbólica. A igualdade é substantiva, não de oportunidades, mas sim uma igualdade superficial.

A produção de Jessé e Pochmann é bastante crítica e negativa em relação ao fenômeno da nova classe média. Destacando a partir de uma visão de desigualdade social como a principal contradição da sociedade brasileira e a produção de ocupações na base da pirâmide ocupacional, os autores desqualificam a definição de uma nova classe média para entender esses indivíduos como batalhadores ou trabalhadores que ocupam funções secundárias, temporárias e precárias.

Recebido: 15/03/2017
Aprovado: 20/05/2017

Referências bibliográficas

ADORNO & HORKHEIMER Dialética do Esclarecimento. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, Ed. 1985.

ALTHUSSER, Louis. Ideologia e Aparelhos Ideológicos de Estado. IN ZIZEK, Slavoj. Um Mapa da Ideologia. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.

BOMENY. Helena. Do frango ao avião ou o que é possível dizer sobre a nova classe média brasileira? Notas exploratórias. Paper, 2011.

BOURDIEU, P. A Distinção. São Paulo. Edusp, 2006.

CHAUÍ, Marilena. Palestra proferida por Marilena Chauí, no dia 15/9/2011, no Salão Leste do Palácio do Planalto, como parte do Ciclo de Debates do Fórum Direitos e Cidadania.

_____. O que é ideologia. São Paulo, Brasiliense, 1980.

COUTINHO, Carlos Nelson, *et. al. O Manifesto Comunista 150 anos depois*. Rio de Janeiro: Contraponto; São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 1998.

DOUGLAS, M. e ISHERWOOD, D. O mundo dos bens. Editora UFRJ. Rio de Janeiro, 2004.

GIDDENS, Anthony. *Capitalismo e moderna teoria social*. Lisboa: Editora Presença, 1994.

HABERMAS, Jürgen. Consciência moral e agir comunicativo. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1989.

LAMOUNIER, Simon & SOUZA, Amaury de. A Classe Média Brasileira. Ambições, valores e projetos de sociedade. Rio de Janeiro: Campus, 2010.

MARX, Karl e ENGELS, Frederich. A ideologia alemã. São Paulo. Hucitec, 1984.

NERI, Marcelo. A Nova Classe Média: o lado brilhante da pirâmide. Rio de Janeiro, Saraiva Uni, 2012.

_____. Consumidores, produtores e a nova classe média. Rio de Janeiro, FGV, 2009.

O'DOUGHERTY, Maureen. Auto-Retratos da Classe Média: Hierarquias de "Cultura" e Consumo em São Paulo. *Dados* [online]. 1998, vol.41, n.2 [cited 2012-07-31], pp. 411-444.

POCHMANN, Marcio. Nova classe média? O trabalho na base da pirâmide social brasileira. Rio de Janeiro: Boitempo, 2012.

SOUZA, JESSE. Batalhadores brasileiros – uma nova classe média ou uma nova classe trabalhadora? Editora UFMG, Belo Horizonte, 2011.

THOMPSON, John B. A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia. 9ª ed., Petrópolis/RJ: Vozes, 2008.

VELOSO, Leticia. Uma "nova" "classe" "média"? Consumo e percepções sobre igualdade e diferença no Brasil. Apresentação oral, 2012.

WEFFORT, Francisco C. *Os Clássicos da política*. V. 2. São Paulo: Ática, 2006.

YACCOUB, Hilaine. A chamada "nova classe média": cultura material, inclusão e distinção social. Horizonte antropológico. [online]. 2011, vol.17, n.36, pp. 197-231. ISSN 0104-7183.