



A Nova Classe Média e a Dialética do Consumo

Paulo Abdala¹

Resumo

O tema da nova classe média tem sido recorrente, nos últimos anos, sem que se encontrem reflexões críticas sobre sua relação com o tema do consumo ou problematizações sobre seus fundamentos teórico-conceituais. Esse artigo apresenta uma contribuição no sentido de superar estas ausências. Recorre-se às proposições de Álvaro Vieira Pinto: compartilha-se a crítica ao papel cumprido pela academia ao selecionar e criar modelos convenientes que encobrem as contradições sociais. Suas proposições sobre consumo propiciam um conjunto de conceitos dialeticamente articulados a partir dos quais podemos iniciar uma reflexão crítica sobre a associação entre consumo e progressos sociais.

Palavras-chave: Classe média. Consumo. Desenvolvimento.

La Nueva Capa Media y la Dialéctica del Consumo

El tema de la nueva capa media ha sido recurrente, en los últimos años, sin que se pueda hallar reflexiones críticas acerca de su relación con el tema del consumo o problematizaciones sobre sus fundamentos teórico-conceptuales. Presentamos una contribución en el sentido de superar esas ausencias. Recorrimos a las proposiciones de Álvaro Vieira Pinto: compartimos la crítica al papel cumplido por la academia al seleccionar y crear modelos convenientes que encubren las contradicciones sociales; y nos inspiramos en las proposiciones acerca del consumo porque ellas propician un conjunto de conceptos dialéctica de la a mente articulados desde los cuales podemos empezar una reflexión que haga la problematización acerca sociación entre consumo y avances sociales.

Palabras-clave: Nueva Capa Media. Dialéctica del Consumo. Álvaro Vieira Pinto.

The new medium class and the dialectics of consumption

Abstract

The theme of the new medium class has been very present in the last years, without critical reflections about the relationship with the theme of consumption or the problematization of its theoretical and conceptual fundamentals. This article presents a contribution in order to overcome such absences. The propositions of Álvaro Vieira Pinto are adopted, sharing the critique of the role played by the academy in the selection and creation of convenient models which hide social contradictions. His propositions about consumption offer a set of dialectically articulated concepts which allow the starting of a critical reflection about the association between consumptions and social progress.

Keywords: Medium class. Consumption. Development.

Introdução

¹ Doutorando Administração do PPGA/UFRGS, na área de Organizações. Coordenador do Curso de Administração da Ulbra de Torres. Na pesquisa acadêmica tem como foco os seguintes temas: consumismo, ideologia do consumo, pensamento social brasileiro e estudos críticos do desenvolvimento. Correio eletrônico: paulo.abdala@ufrgs.br.

O tema da nova classe média tem sido recorrente, nos últimos anos, sem que se encontrem reflexões críticas sobre sua relação com o tema do consumo e, menos ainda, problematizações sobre os fundamentos teórico-conceituais sobre os quais se ergue. Encontra-se, ainda, uma associação irrefletida entre aumento quantitativo da classe média, consumo e desenvolvimento.

Neste ensaio apresenta-se uma contribuição no sentido de superar estas ausências. Para tanto, recorre-se às proposições de Álvaro Vieira Pinto, elaboradas em 1975 e editadas em 2008, em um duplo sentido: compartilha-se a crítica ao papel cumprido pela academia ao selecionar e criar modelos convenientes que encobrem as contradições sociais; e suas proposições sobre consumo propiciam um conjunto de conceitos dialeticamente articulados a partir dos quais se pode iniciar uma reflexão problematizadora sobre a associação linear e mecanicista que relaciona consumo e progressos sociais.

Assim, o texto está organizado da seguinte forma: uma apresentação da dialética do consumo a partir das formulações de Álvaro Vieira Pinto; uma retomada da teoria de classes sociais de modo a situar o conceito de nova classe média como parte do processo acima mencionado, no qual a academia contribui para a seleção de conceitos convenientes à reprodução da ordem; para finalizar, estas ideias são usadas para refletir sobre o contexto brasileiro, em uma formulação ainda incipiente que muito se beneficiará de críticas e debates².

Antes de avançar é preciso conceituar desenvolvimento, já que ainda que não se realize uma discussão focada neste tema, ele se constitui no cenário sobre o qual os temas da nova classe média e do consumo se localizam. Adota-se como referência a definição de Vieira Pinto (2008, p. 420): “desenvolvido é o país soberano, ou seja, que experimenta um modo de ser existencial da população autônoma e com igualdade cultural, social e econômica”.

A dialética do consumo

Vieira Pinto (2008, p. 299), escrevendo em 1975, indica que o traço do consumo em condições subdesenvolvidas é a disparidade com que ele se efetua dentro de um mesmo país. Enquanto parcelas importantes da população tem acesso precário, ou nenhum acesso, a um padrão de consumo mínimo, as classes dominantes tem interesse em se mostrar relativamente consumidoras, "exibindo apenas a imagem risonha da realidade nacional", mostrando seu sucesso como classe que comanda o país. Essa imagem positiva de uma nação em acelerado progresso justifica a exploração das massas trabalhadoras, ao mesmo tempo em que facilita a

² Estas reflexões preliminares fazem parte de uma Tese de Doutorado em elaboração, como parte do Curso de Doutorado em Administração do PPGA-UFRGS, sob a orientação da Prof.^a Maria Ceci Misoczky.

ascensão de parcelas da mísera população às camadas médias, assim como o enriquecimento exacerbado de uma pequena parcela da burguesia.

Apesar das décadas que se passaram desde o momento em que estas ideias foram produzidas, elas se constituem em importante fonte de inspiração para pensars o tempo presente, marcado pela euforia do Brasil sexta economia do mundo e pelo conseqüente obscurecimento do fato de que, na divisão internacional do trabalho, ainda somos uma economia exportadora de produtos com baixa incorporação tecnológica e, portanto, continuamos transferindo valor para as economias centrais. Este não é o espaço para aprofundar este debate. Trata-se aqui apenas de fazer uma ressalva para que não se descarte tão facilmente a noção de subdesenvolvimento, entendendo que, para o autor que tomado como referência, ele é o polo negativo do desenvolvimento nos termos em que foi acima definido.

O entendimento de consumo tem livre trânsito no senso comum e, aparentemente, dispensa definição. No entanto, para compreender seu conteúdo lógico implícito é preciso reconhecer que o entendimento corrente expressa operações matemáticas a partir dos termos do mercado, ou seja, mensurações sobre quais grupos populacionais consomem tipos de produtos. Para superar essa simplificação, Vieira Pinto (2008) propõe uma análise dialética do consumo.

Para iniciar, é preciso compreender o conceito de bem a partir do conceito de valor, evitando a confusão entre essas noções. Como o valor só pode ser entendido socialmente, assim como o *eu* só se reconhece em contato com *o outro*, o bem "é o que vem a ser reconhecido como qualidade positiva porque [o homem] o compara com a situação dos que não o possuem, ou o perderam, e por isso se regozija em estar na posse dele" (PINTO, 2008, p.305). Assim, a formação de valor de um bem é caracteristicamente um fato social.

O consumo, por sua vez, indica o "avanço do domínio do homem sobre as forças da natureza, pelo conhecimento dos fenômenos que aí se passam e das ideias que os regem", um processo que tem como ponto de partida a exigência da vida em se conservar. Assim, desde os primórdios, o termo consumo "condensa a ação primordial que se acha na base dele, a de *consumar*". Ou seja: "sem o conhecimento, derivado da ação sobre a natureza do animal que enveredou pelo caminho da antropogênese, seria impossível *consumar* o bem que vai ser *consumido*" (VIEIRA PINTO, 2008, p. 307).

A partir destas formulações iniciais, o autor confronta a definição dita *técnica* dos economistas: "o consumo mede o grau de absorção dos bens socialmente disponíveis por determinado indivíduo, o que, concretamente falando, quer dizer por determinada classe social". Em contraposição, na concepção dialética crítica, "o consumo implica o domínio da humanidade inteira sobre as forças da natureza". O consumo compõe-se dialeticamente de

dois momentos antagônicos: as ações humanas envolvidas no consumir, no fabricar, fazer o objeto, o bem, a mercadoria consumível; e o consumir, que “representa a aniquilação, a negação do consumado pelo aproveitamento que dele o homem faz, com isso destruindo-o, obrigando-o a fabricar outro objeto igual ou melhor do que o anterior” (VIEIRA PINTO, 2008, p. 307-8). Portanto, subjacente à dialética do consumo se encontra o trabalho: “o ciclo compra-consumo-sumiço-fabricação-de-outro-exemplar-venda-compra é sustentado pelo trabalho e revela outro importante aspecto que a análise filosófica do processo explicita, a saber, o caráter humano, tanto o positivo, o fazer, quanto o negativo, o desfazer, o consumir” (VIEIRA PINTO, 2008, p. 309).

Dessa relação decorre que o gastar e o desgastar são duas faces diferentes unidas dialeticamente. Consumir é desgastar o objeto no uso, porém, para que seja possível desgastá-lo é necessário, antes, gastar valores econômicos. Gastar para desgastar. Todavia, para obter dinheiro é preciso desgastar a si mesmo no processo de trabalho, negando a própria existência. Esse ato de negação de si mesmo é positivamente remunerado com dinheiro na forma de salário. Por sua vez, o salário é gasto para obter o direito de desgastar um objeto que some, dando origem a uma nova necessidade de consumir, de produzir novamente (VIEIRA PINTO, 2008).

Assim, quanto mais alguém consome e desgasta diferentes mercadorias, mais necessita gastar. Quanto mais necessita gastar, mais dinheiro é necessário ter. Para ter mais dinheiro, o ser humano se desgasta mais e mais, sacrificando sua própria condição de vida e sua saúde. Faz isso em troca de garantir o fluxo acelerado de consumo, que propulsiona sua realização pessoal a partir da sensação de incorporação do valor dos bens que possui. Ou seja, consumir é adquirir o valor de um bem, mas também é consumir a si mesmo neste processo, o que a partir de certo nível se potencializa. Na tentativa de antecipar o prazer produzido pelo consumo, o homem faz empréstimos, pagando juros. Como uma montanha russa que acumula energia, o juro da dívida, ou o desgaste reproduzido continuamente sem nenhum tipo adicional de consumo, garante a reprodução ampliada da negação de si mesmo, sem que esse consumo de si tenha como contrapartida a energia repositora, psíquica ou física, do consumo da mercadoria. A dívida é um desgaste do ser pelo trabalho, agindo em condição inercial, até ser parada pelo pagamento, que representa adiar um possível consumo imediato. Em outras palavras, a dívida potencializa o lado negativo do consumo em troca de permitir o prazer adiantado pelo consumo antecipado da renda do trabalho que ainda não se consumou.

Vieira Pinto (2008, p. 321-2) elabora, ainda, uma distinção entre o consumidor e o não-consumidor:

É evidente que numa sociedade declarada farta, que sacralizou o consumo, dele se orgulhando, porque o julga o rasgão do firmamento por onde desce a voz da divindade que abençoa, repetimos, é evidente que em tal meio não pode ser o

mesmo o conceito de consumo imaginado pelo consumidor e o que nasce no espírito do infeliz não- consumidor. [...] O consumidor para quem o consumo é um hábito social que exerce continuamente e em relação a tudo quanto lhe apetece, considera-se naturalmente instalado nessa condição em virtude de um direito que lhe é inerente e que pratica livremente, sem indagar se todos os homens dele gozam igualmente. [...] O não-consumidor, para quem o consumo é um ato excepcional, para quem a compra de um objeto, às vezes de uso banal ou imperceptível para a classe dominante, reveste-se de um estado psicológico de esperança, de ansiedade e frequentemente de dúvida sobre a sensatez da decisão, tem de ser, obrigatoriamente, o indivíduo que não está tranquilamente consciente do direito de consumo de tal coisa.

Com estas indicações é preciso interromper o tema do consumo e introduzir uma discussão sobre o tema subjacente a essa elaboração, o das classes sociais.

Classes sociais: abordagens e implicações de seus usos

Nas abordagens sobre classes sociais se destacam duas vertentes. Na perspectiva marxista a classe social se refere à posição ocupada nas relações sociais de produção. De um lado, os capitalistas detentores dos meios de produção; de outro, o proletariado obrigado a vender sua força de trabalho para sobreviver. A segunda, com inspiração no positivismo e na sociologia funcionalista norte americana, define classe social como um estrato, um agrupamento mensurável a partir de variáveis.

A teoria das classes sociais surge no âmbito do pensamento marxista, apesar de ser conhecido o fato de Marx (1980) não a ter formulado, deixando inacabado este capítulo no livro III de O Capital. Mesmo assim, ao longo de suas obras, as classes sociais aparecem como recurso de análise para diferentes momentos históricos, deixando indícios suficientes para que seus comentadores e seguidores sedimentassem o conceito (DOS SANTOS, 1987). Em Marx (1980), a classe social é entendida a partir da contradição fundamental do modo de produção capitalista. Ou seja, a contradição entre capital e trabalho, originada na separação dos produtores e dos meios de produção com o advento da propriedade privada e do direito burguês. O trabalho, de maneira abstrata, pode ser compreendido como o dispêndio de energia humana na transformação da natureza em um produto socialmente útil, sendo sua utilidade central para a manutenção da própria vida (FOSTER, 2010). A alienação dos meios de produção levou ao surgimento de duas classes fundamentais: a burguesia e o proletariado, antagônicas por definição, sendo o conflito entre estas diferentes posições o motor da história (MARX e ENGELS, 2006).

Na segunda perspectiva, a da estratificação social, foi suprimido o significado original e conflituoso do termo classe social. Stavenhagen (1962, p. 133) ressalta que, "sobretudo na sociologia norte-americana, e, por extensão, na sociologia latino-americana, o conceito de classe social se identifica com o de estratificação social, chegando-se a uma completa fusão

de fenômenos". Ou seja, o termo é resignificado para designar agrupamentos criados a partir de determinados critérios.

Estas categorias, embora muitas vezes tratadas genericamente como classes, são apenas categorias estatísticas (isto é, uma série de pessoas que têm em comum um número determinado de características mensuráveis, ou seja, um status comum), ou de agrupamentos de pessoas caracterizadas por uma conduta semelhante, ou por atitudes e opiniões comuns, ou por certo grau de interação e associação mútuas. Em quase toda literatura sociológica contemporânea, o conceito de classes sociais tem esta significação: agrupamentos discretos, hierarquizados num sistema de estratificação (STAVENHAGEN, 1981, p.140).

As desigualdades sociais, percebidas a partir de hierarquias formadas pelos procedimentos de estratificação, tendem a ser analisadas pelos seus utilizadores como "globalmente funcionais" para a sobrevivência da sociedade, radicando em "capacidades individuais distintas" (ALMEIDA, 1984, p.188). Esta perspectiva apaga os traços da formação histórica das classes, naturalizando as desigualdades.

Assim, em geral, os pesquisadores que se baseiam na estratificação social, a combinam com o tema da mobilidade social, avaliando os movimentos dos indivíduos nas estruturas sociais hierárquicas. A justificativa é que conhecendo as causas imediatas da hierarquia social seria possível incentivar os indivíduos da parte baixa da escala a empreender uma escalada rumo ao topo, a partir do acúmulo de méritos individuais (DAVIS e MOORE, 1945). Esta suposta mobilidade social na sociedade contemporânea seria a causa do desaparecimento dos antagonismos de classe, invalidando a abordagem marxista.

As estratificações representam, na maioria das vezes, o que poderíamos chamar fixações sociais, frequentemente também jurídicas, e, em todos os casos, mentais, de certas relações de classe. Nessas fixações sociais intervêm outros fatores secundários e acessórios (por exemplo, religiosos, étnicos) que reforçam a estratificação e que têm, ao mesmo tempo, a função sociológica de "libertá-la" de ligações com a base econômica; em outras palavras, têm a função de mantê-la em vigor ainda que mude sua base econômica. Consequentemente, as estratificações podem ser consideradas também como justificações ou racionalizações do sistema econômico existente, ou seja, como ideologias. (STAVENHAGEN, 1962, p. 166)

Essa formulação, produzida no início dos anos 1960, antecipou o que ainda se observa na maioria dos estudos sobre classes sociais. O atual afastamento da teoria marxista de classes e a ênfase nas teorias de estratificação resulta de dois processos interligados: (1) a ascensão das teorias pós-modernas e da chamada virada cultural, ocorrida nos anos 1980, a partir da qual estudos sobre o indivíduo e sua identidade ganharam proeminência frente a conceitos coletivos, como o de classe social (STRANGLEMAN, 2008); (2) a transição para o modelo de acumulação flexível, "apoiado na flexibilidade dos processos de trabalho, dos mercados de trabalho, dos produtos e padrões de consumo" (HARVEY, 1992, p.140). Em decorrência, a atomização social é bem vista e incentivada, fundida como o conceito de alteridade, ou seja, existem múltiplas realidades individuais e ninguém está autorizado a falar por outrem, sendo

o outro uma figura inacessível. Assim, nessa perspectiva pluralista e fragmentada, o conceito marxista de classe social, coletivo por essência, torna-se epistemológica, ontológica e, até mesmo, axiologicamente, inviabilizado.

A partir destas indicações, fica mais fácil entender porque o conceito marxista de classe social vai ficando nas sombras. O pós-modernismo levou a efemeridade ao extremo:

O pós-modernismo quer que aceitemos as reificações e partições, celebrando a atividade de mascaramento e de simulação, todos os fetichismos de localidade, de lugar ou de grupo social, enquanto nega o tipo de metateoria capaz de apreender os processos político-econômicos (fluxos de dinheiro, divisões internacionais do trabalho, mercados financeiros etc.), que estão se tornando cada vez mais universalizantes em sua profundidade, intensidade, alcance e poder sobre a vida cotidiana (HARVEY, 1992, p.112).

É possível, portanto, inferir que a preferência contemporânea pela caracterização de estratos sociais como agrupamentos mensuráveis e definidos por variáveis foi reforçada por esta perspectiva e pelos estudos culturalistas, resultando, durante as décadas de 1980 e 1990, em estudos que utilizaram metodologias classificatórias, com um "foco esotérico na estrutura de classes, mobilidade social e na elaboração de modelos estatisticamente precisos baseados em conjuntos de dados muito grandes" (STRANGLEMAN, 2008, p. 16).

Atualmente, o estudo das classes sociais mantém-se neste domínio. A passagem a seguir, retirada de um recente livro bastante referido sobre a classe média brasileira, exemplifica essa predominância. Conforme Souza e Lamounier (2010, p.14), "o mais comum é a superposição de camadas ou estratos identificáveis apenas em termos estatísticos, sendo a classe no sentido marxista não só um fato raro, mas de fato um caso-limite".

Esta lógica é costumeiramente encontrada nos estudos dedicados à classe média, principalmente naqueles que tem como foco a mobilidade social, o tema preferido das pesquisas contemporâneas. Nesse contexto, as classes sociais foram deixadas de lado e a estratificação tornou-se uma regra, como será demonstrado no decorrer do texto. Antes, contudo, é necessário compreender o sentido histórico do conceito de classe média, para acompanhar sua transformação.

Sobre os conceitos de classe média e nova classe média

Tradicionalmente, os estudos sobre classe média utilizam uma subdivisão de classe entre a classe média tradicional e a nova classe média. Enquanto a primeira é composta por "camponeses, artesãos e pequenos comerciantes"; a segunda refere-se aos trabalhadores assalariados não vinculados diretamente ao processo produtivo (SAES, 1984, p.3). Ou seja, a classe média é conceituada nos termos de uma classe antiga, a pequena burguesia,

historicamente vinculada à consolidação do capitalismo; enquanto a nova classe média é um fenômeno moderno, associada ao gerencialismo e à ascensão das grandes corporações.

A nova classe média é discutida desde a publicação do trabalho seminal de Wright Mills (1951) sobre os funcionários de colarinho branco (*white collars*). Nesse livro, Mills (1951) identifica, na transformação do capitalismo, o crescimento das grandes organizações burocráticas, do setor de serviços, da máquina do Estado, em um processo evolutivo de modernização. O autor observa o aumento significativo dos cargos intermediários em grandes hierarquias, assim como o ingresso, nelas, de profissionais antes autônomos (tais como médicos, advogados e engenheiros). Esses fenômenos eram, então, novidades históricas, como a passagem abaixo evidencia.

O homem de colarinho branco do século vinte nunca foi independente como o fazendeiro costumava ser, nem tão esperançoso de uma grande chance como o antigo homem de negócios. Ele é sempre o homem de alguém, da corporação, do governo, do exército, e ele é visto como o homem que não cresce. O declínio do empreendedor livre e o crescimento do empregado dependente no cenário americano ocorreram em paralelo com o declínio do indivíduo independente e o crescimento do pequeno homem no imaginário de seu povo. Em um mundo povoado por forças grandes e feias, o homem do colarinho branco é prontamente identificado como possuidor de todas as supostas virtudes da pequena criatura. Ele pode estar na parte de baixo do mundo social, mas ele é, ao mesmo tempo, grato por ser de classe média (MILLS, 1951, p.xii).

É perceptível no trecho acima a influência de Max Weber (1996). No texto, a gaiola de ferro da burocracia pesa sobre os ombros do homem comum. A força das imagens narrativas presentes no texto de Mills (1951), representando a sociedade americana como "uma grande loja", "um enorme arquivo", "um cérebro incorporado", "um novo universo do gerencialismo e da manipulação" lembra as metáforas utilizadas por Weber (1996), ao analisar uma realidade que se transformava diante de seus olhos.

Alguns aspectos importantes da obra de Mills (1951) devem ser ressaltados. Primeiro, a distinção entre a velha e a nova classe média corresponde à diferença entre os pequenos capitalistas que vivem de sua propriedade, e os não proprietários assalariados empregados na "máquina social". Para distingui-los dos operários, Mills (1951, p.65) utiliza a natureza do trabalho, caracterizando o profissional da nova classe média como aquele "cujas habilidades envolvem cuidar de papéis, dinheiro e pessoas". Assim, "uma coisa que eles não fazem é viver de fazer as coisas [produtos]; ao invés disso, eles vivem da máquina social que organiza e coordena as pessoas que fazem as coisas".

A nova classe média recebe, desde a década de 2000, muita atenção por parte da mídia e dos pesquisadores. Essa nova onda de estudos abandona definitivamente o conceito marxista de classe social, ficando metodologicamente restrita a uma análise funcional de classes como estratos de renda com certo poder de consumo e capacidade de mobilidade social. Sendo

assim, em um momento de instabilidade do capitalismo nos países centrais, cresce a expectativa de que a "classe média global [...] faça do mundo um lugar melhor e mais lucrativo" (WHEARY, 2009, p.75).

Além disto, devido ao foco na mobilidade social, classe média e nova classe média são termos utilizados como sinônimos, engenhosamente misturados no moinho conceitual da teoria da estratificação. Nesse contexto, o uso da palavra "nova" serve apenas como referência temporal, designando pessoas que ascenderam recentemente na estrutura social. Ou, mais precisamente, pessoas antes consideradas pobres, agora incluídas no mercado como consumidoras.

Ideólogos e órgãos internacionais mensuram e caracterizam com grande interesse a nova classe média. Em termos desenvolvimentistas, a nova classe média ganha ares messiânicos, como atesta o trecho abaixo, extraído de um documento do Banco Mundial (BM) de um Grupo de Pesquisa sobre o Desenvolvimento.

Uma maior parte do rendimento para a Classe Média, e uma baixa polarização étnica estão empiricamente associados com uma maior renda, maior crescimento, mais educação, melhor saúde, melhor infraestrutura, melhores políticas econômicas, menor instabilidade política, menos guerras civis (colocando as minorias étnicas em risco), maior "modernização" social, e mais democracia (EASTERLY, 2000, p.1)

Esse interesse tem relação direta com a situação brasileira e de outros países ditos emergentes. O crescimento da classe média nesses países representa um acréscimo significativo de consumidores potenciais para as empresas globais. Esse processo parece ter se acelerado e aprofundado por ocasião da instabilidade econômica dos tradicionais centros do sistema capitalista, a Europa Ocidental e os Estados Unidos. Por sua vez, a necessidade de reprodução contínua do capital o leva em busca de novos mercados, novas fronteiras para a expansão do consumo e crescimento da demanda. Aí que entra o papel da nova classe média global, "um motor para a economia global; um criador de empregos; um novo mercado consumidor" (WHEARY, 2009, p.75).

O movimento atual, apresentado como de ascensão o papel da nova classe média global tem levado seus mais exaltados defensores a afirmar que a estrutura social tende a ser formada somente pelas classes médias e altas, com o proletariado sendo absorvido na classe média (KHARAS, 2010). Todavia, autores marxistas, como Löwy (2008, p.117), defendem exatamente o inverso, a proletarização ou semiproletarização das classes médias, criticando a distinção entre trabalho intelectual e trabalho manual como diferenciadora do proletariado e da classe média. Isso porque, "cada vez mais o intelectual [entendido como categoria social] vende sua força de trabalho por um salário, ele trabalha em uma instituição, em uma empresa, privada ou pública, que determina o horário, o conteúdo do seu trabalho. Vai-se formando, então, uma massa de enorme de trabalhadores intelectuais proletarizados".

Retornando ao otimismo demonstrado por Easterly (2000) sobre o papel da classe média no desenvolvimento econômico, é interessante retomar uma discussão de décadas passadas. Como indica Graciarena (1971), o que orientou historicamente as discussões sobre o papel da classe média na América Latina era saber se ela assumiria ou não o mesmo protagonismo que teve no desenvolvimento econômico dos EUA e da Europa, já que a tese do desenvolvimento do capitalismo a partir da ascensão da classe média,

se baseia na ideia de que as classes médias possuem uma vocação irrevogável para o capitalismo e a democracia liberal, e é por isso que se supõe que, ali onde as classes médias são numérica e funcionalmente importantes, as possibilidades do capitalismo e da democracia liberal são maiores. Então, o que indiretamente estivemos estudando, foi primordialmente a viabilidade do capitalismo e da democracia liberal (GRACIARENA, 1971, p.134).

Dessa maneira, as classes médias "chegaram a representar o papel de indicadores do capitalismo" (GRACIARENA, 1971, p.135), como parece ocorrer, na atualidade.

O processo de transformação do conceito de classe média tem ainda outro significado. Na transição das discussões teóricas sobre a teoria das classes sociais para as teorias de estratificação e agrupamento por conjunto de variáveis, o problema da orientação política das classes médias foi colocado de lado. Diferente das preocupações dos teóricos latino-americanos da primeira metade do século XX, em dúvida sobre o futuro do capitalismo na região (GRACIARENA, 1971), os pesquisadores contemporâneos tem diante de si um cenário de ampla consolidação do capitalismo em escala global.

Neste cenário não há razão para problematizar o tema da classe média, tudo já está resolvido:

Com as necessidades básicas atendidas, a classe média está livre para se focar em alvos maiores - de diversões triviais a novas aquisições, de negócios ao engajamento político. O resultado é um efeito dominó que é sentido ao redor do mundo. Pense na classe emergente como um grupo autoperpetuado. Quanto mais recursos seus membros tem, mais produtos e serviços eles compram. A demanda por estes produtos e serviços cria novos postos de trabalho e oportunidades de negócios que permitem outras pessoas a ingressarem na classe média. E assim continua o ciclo (WHEARY, 2000, p.76).

A nova classe média e ampliação do consumo no Brasil

Enquanto o aumento do consumo é retratado como a grande notícia da ascensão da nova classe média, estudos recentes sobre a classe média no Brasil, como os de Grun (2008) e Souza (2010), evidenciam um aumento da exploração e a deterioração das condições de trabalho. As adaptações contemporâneas do capitalismo, com processos de terceirização, cooperativismo, associativismo, novas formas de empreendedorismo e sistemas de franquias, posicionam a nova classe média no protagonismo de formas reinventadas de acumulação capitalista. Como parte deste processo, a flexibilização do trabalho encontra nas pequenas e microempresas uma maneira de reduzir os custos com a contratação de mão de obra e direitos

trabalhistas. Por meio de terceirizações e contratações por projeto, é mantido o funcionamento da grande empresa em suas atividades essenciais com um quadro de trabalhadores muito mais enxuto.

Essas transformações no mundo do trabalho, por um lado, aumentam o contingente de pessoas com uma renda mínima para o consumo; por outro, mantém uma massa vivendo em condições de alta vulnerabilidade e proletarização ou semiproletarização. Neste contexto, na mesma proporção em que aumenta o consumo das famílias de não-consumidores, nos termos propostos por Vieira Pinto (2008), aumentam também os riscos de que ocorram crises sistemáticas, geradas por bolhas financeiras, nas quais quem paga a conta mais alta são as pessoas endividadas e desassistidas. Da mesma forma, enquanto aumenta o conforto de seu lar, a família da nova classe média trabalha cada vez mais para pagar suas contas, ou seja, desgasta-se para gastar.

Antes de prosseguir nesta discussão é preciso retomar o tema da classe média, focando agora especificamente em estudos realizados no Brasil no passado recente.

Os estudos produzidos nas décadas de 1960 e 1970 tinham como pano de fundo a discussão sobre o papel político da classe média, ou seja, analisavam de que lado da fissura a classe média iria se postar: ao lado do proletariado ou ao lado da burguesia (ALBUQUERQUE, 1977; ARAÚJO, 1977; EVERS, 1973). Metodologicamente, a divisão entre classe média e classe proletária continuava sendo operacionalizada, seguindo Mills (1951), com base na natureza da ocupação: intelectual ou manual. Após essa primeira fase de pesquisas, diretamente vinculada ao transplante de modelos teóricos, verifica-se uma lacuna de estudos sobre este tema durante as décadas de 1980 e 1990, apesar da exceção representada por Quadros (1985 e 1991) que, todavia, reproduzia o modelo teórico usado anteriormente. Na história do país, concomitantemente com a ocorrência da virada culturalista já mencionada, estas duas décadas foram marcadas pelo aprofundamento da crise econômica. Assim, o tema da classe média ficou em segundo plano até a estabilização monetária e a chegada de Lula à Presidência.

Nos anos 2000 renasceu o interesse, agora com ênfase na nova classe média. Essa retomada é marcada por uma transformação metodológica. Saem de cena as controvertidas discussões sobre a ocupação e a natureza do trabalho como variáveis definidoras e entram os conceitos de renda e poder de compra. Por hipótese, essa mudança de orientação parece acompanhar pelo menos duas tendências: a influência das metodologias utilizadas pelas instituições internacionais, como o Banco Mundial (BM) e a Organização das Nações Unidas (ONU); e a complexidade crescente para dividir claramente o que é trabalho manual do intelectual.

Com relação aos receituários do BM e da ONU para os "países em desenvolvimento", observa-se um foco crescente no combate à desigualdade via inclusão dos pobres no mercado consumidor, principalmente inspirados nas teorias de Amartya Sen (2003). Essa tendência se aprofundou a partir de 1990, com a criação do Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), uma combinação entre longevidade, educação e poder de compra. A inovação do IDH em termos de indicador de renda foi a criação do Paridade de Poder de Compra (PPC), um índice que elimina a diferença entre os custos de vida dos países. Como indica o próprio sítio da ONU, o IDH é utilizado pelo governo brasileiro na formulação das políticas públicas. Considerando a influência e a imbricação destas instituições nas universidades, assim como sua reverberação na mídia de massa, pode-se compreender porque suas metodologias e diretrizes direcionam os esforços da pesquisa acadêmica. Um bom exemplo é o trabalho do Centro de Políticas Sociais (CPS) da FGV que, além de utilizar e se propor a melhorar as metodologias do Banco Mundial, realizou diversos seminários com a participação dos membros desta organização, como o Seminário sobre Classe Média e Mobilidade Econômica na América Latina, realizado em maio de 2011.

Em paralelo a esse movimento, outro fenômeno que parece ter incentivado os pesquisadores a abandonar as discussões teóricas sobre a nova classe média a partir da natureza do trabalho é sua flexibilização. As transformações já mencionadas erodiram a quase imperceptível linha divisória entre trabalho intelectual e manual. Além disso, ao retirar da agenda as discussões sobre a natureza do trabalho, os estudiosos da estratificação e mobilidade social suprimem, definitivamente, qualquer consideração sobre a natureza contraditória destas relações, como se encontra na abordagem marxista. Para Saes (1984, p.2), tratar a questão da classe média como uma estratificação social é filtrar os efeitos das relações sociais de produção, impedindo que "estas se manifestem diretamente e sem intermediações no plano ideológico e político".

Também no Brasil o discurso que associa a nova classe média com o aumento do mercado consumidor e o fortalecimento do mercado interno substituiu as antigas preocupações com sua orientação política. No entanto, a legitimação dos dirigentes públicos lembra as indicações segundo as quais a tendência é que, salvo raras exceções, as classes emergentes apoiem o modelo econômico que as favorece (GRACIARENA, 1971). Em outras palavras, o consumo pelo não-consumidor tende a produzir apoio político. Por exemplo, para O'Dougherty (2002), o ex-presidente Fernando Collor de Mello foi deposto pelo clamor popular da classe média, em grande parte, por causa do confisco da poupança que retirou o poder de compra da população e, conseqüentemente, minou sua base de apoio. Analogamente, é possível inferir que um governo que aumenta o poder de compra da população deve receber amplo apoio. Esta constatação não deve ser entendida como uma tentativa de deslegitimar o

apoio ao governo que melhorou suas condições de vida, como lembrou Souza (2011), mas sim como auxílio para a compreensão do cenário atual.

A nova classe média brasileira e a dialética do consumo

Pelas características de grande parte da população brasileira, com uma demanda de bens básicos reprimida, não chega a surpreender a onda de otimismo em que nos encontramos imersos. Pesquisas sobre a nova classe média, realizados pelos CPS a partir de 2006, têm pesquisado o Índice de Felicidade Futura (IFF), no qual, informa a última pesquisa, o Brasil é tetracampeão mundial (NERI, 2012).

Para compreender o significado por trás destes dados cabe lembrar que a associação entre consumo e realização humana tem longa tradição nos estudos de comportamento do consumidor. Desde que a virada culturalista chegou neste campo, mais precisamente a partir do texto de Firat e Venkatesh (1995), os estudos da cultura de consumo, que trabalham com as dimensões simbólicas e o potencial emancipador do consumo na formação de identidades, sedimentam uma das vertentes mais influentes da área em termos de prestígio e publicação. Esta linha de pesquisa, apesar de se dizer reflexiva, não questiona em momento algum a supremacia do mercado como espaço para a realização humana e, assim, acaba por incentivar esta associação fetichista. No limite, para estes pesquisadores, comprar e ser se confundem. Assim, consequentemente, só pode ser feliz e realizado quem compra, pois, se comprar define a identidade, alguém que não compra não é de fato uma pessoa completa. Este mesmo raciocínio parece estar implícito (ou talvez explícito?) nos índices como o IDH e o IFF.

Explicações mais abrangentes para a associação entre consumo e realização pessoal podem ser encontradas nas formulações sobre a ideologia do consumismo, definida por Sklair (2010, p.136), como “um conjunto de crenças e valores do sistema capitalista globalizado articulado para fazer as pessoas acreditarem que a dignidade humana e a felicidade são alcançadas nos termos do consumo e das posses”.

A ideologia do consumismo, disseminada pela cultura global de consumo, parece estar diretamente ligada na base constitutiva do fenômeno mundial da nova classe média. Na lógica da mercadoria, as fronteiras entre as nações fazem cada vez menos diferença. Os produtos fabricados e vendidos em escala global são os mesmos. A nova classe média global, seja ela de origem chinesa, indiana, ou brasileira, compra e deseja os mesmos aparelhos eletrônicos, as mesmas marcas de cerveja, os mesmos automóveis.

Ao mesmo tempo em que diversas famílias de não-consumidores entram no mercado, o discurso otimista que associa a redução das desigualdades e a erradicação da pobreza com o

aumento do consumo suprime da agenda a discussão de problemas sociais e estruturais historicamente presentes na realidade brasileira.

De fato, para O'Dougherty (2002, p.11), a situação é grave, uma vez que o projeto da classe média no Brasil voltado para "obter distinção social e modernidade global através do consumo, engaja as pessoas de classe média na reprodução local das desigualdades. Por sua vez, o engajamento transnacional reforça, ao invés de reduzir, a hierarquia entre nações".

Enquanto pesquisas e dados oficiais demonstram números favoráveis, um olhar mais atento revela outra fotografia. Sobre a questão da redução das desigualdades, é preciso observar que as bases comparativas de um país que nunca trabalhou sistematicamente com políticas e mecanismos de redução da pobreza são extremamente baixas. Assim, um programa como o Programa Bolsa Família, combinado com o aumento do salário mínimo, causa um enorme impacto estatístico.

Em um cenário de persistentes desigualdades, a ampliação do consumo da nova classe média se faz majoritariamente via crédito. Assim, o consumir produtivo e positivo se amplia, tendo como representação a ideia abstrata de fortalecimento do mercado interno. Já o consumir negativo destrói a mercadoria, criando uma sensação de regozijo definida pela posse e uso de um bem de valor socialmente construído e reconhecido. Esta sensação é reforçada pelo caráter global da cultura de consumo, que potencializa o valor dos bens universalmente afirmados como "necessários", como no ícone representado pelo automóvel novo (SOUZA e LAMOUNIER, 2011).

O carro novo, icônico para a nova classe média, é possuído por 13% de seus integrantes, não sendo nenhuma novidade para as classes A e B, nas quais o número chega a 92%. Para os não-consumidores, como indica Vieira Pinto (1975, p. 322), "o consumo é um ato excepcional" que se reveste de um estado psicológico de esperança". A disparidade de emoções face ao consumo, já que para os consumidores este é um gesto banal e cotidiano, expressa " a dicotomia entre as classes antagônicas na sociedade fracionada" que as estratificações sociais buscam ocultar.

Ainda, conforme demonstram Souza e Lamounier (2011, p. 38), "televisão em cores (100%), geladeira (100%), rádio (98%), DVD (98%), máquina de lavar roupas (90%), freezer (75%), aspirador de pó (54%) compõem a pauta de bens indispensáveis em uma residência de classe média". Este consumo tem um preço a ser pago, visto que grande parte é financiado via crédito, antecipação de trabalho e geração de energia inercial na forma de juros.

Nos últimos 6 anos o endividamento das famílias brasileiras dobrou de tamanho. Isto quer dizer que 42% da renda anual das famílias está comprometida com dívidas com bancos e financeiras, sendo o cartão de crédito e o cheque especial responsáveis por 80% deste montante (COSTA, 2012). Este mecanismo de antecipação do prazer consumido pelo

consumir a mercadoria tem como resultado inequívoco a necessidade de mais trabalho para obter mais dinheiro (VILLAVERDE, 2011). Neste processo, as pessoas se consomem para acertar as contas por uma mercadoria, que muitas vezes, já foi destruída, tendo finalizado sua vida útil.

Considerações finais

É exatamente quando os teóricos, ideólogos e pesquisadores parecerem ter esquecido a origem da teoria das classes sociais e sua importância para se compreender a sociedade capitalista, que o tema deve ser trazido à tona. A teoria da estratificação e sua associação de estratos e classes com indicadores de consumo tende a mostrar somente o lado brilhante da lua. Essa visão subsidia a impressão geral de que enquanto as pessoas estiverem consumindo mais, há um processo análogo de desenvolvimento nacional em andamento.

Nas palavras de Viera Pinto (2008, p. 184-5),

[a] rejeição da noção de “classe” e de seu papel na história resume, portanto, a lição suprema da sociologia alienada. Com isso, fica automaticamente trancado o rumo da desalienação do pensamento do povo subdesenvolvido que pretende empreender o projeto de libertação. Terá de fundá-lo na restituição às classes sociais antagônicas de seu exato papel, estudá-lo nas atividades, relações externas e internas que ligam os indivíduos em cada uma e separam os dois blocos na oposição inconciliável que os coloca como adversários. A importância do restabelecimento do conceito de “classe” no centro do pensamento político consiste em que só então ganhará contornos verídicos a imagem do processo social efetuado mediante contrastes e saltos. Do contrário, a desarmonia real poderá ser reconhecida até mesmo pelos poderosos e dominadores, mas não receberá a significação que lhe é imanente.

Sustentar a aparência miraculosa e fetichista do crescimento econômico e da distribuição de renda encobre que,

[n]a palavra "consumo", contém-se a chave para a percepção das diferenças na psicologia das classes inimigas. Para o pobre, o consumo é uma ambição - ambiciona comprar uma habitação, um bem de conforto -, para o rico é um direito. O primeiro só o pratica limitada e pensamente no momento de ascensão do "balanço", que logo retorna, por força do movimento pendular, à fase descendente, aquela em que o comprador se vê esmagado pelas dificuldades de pagamentos de prestações escorchantes, quando já passou a ilusória euforia do momento de aquisição. Para o rico, o "balanço" tem outra significação. Por sinal, e por estranho que pareça, é um balanço que não balança, porque, sendo o "balanço" que sua contabilidade registra, nele não há oscilações pendulares, mas apenas constante ascensão, unicamente, no pior dos casos, marcada por diferenças de aceleração (VIEIRA PINTO, 2008, p. 324).

O endividamento crescente das famílias brasileiras é um indicador objetivo destes riscos. Pesquisa realizada em junho de 2011 aponta um nível recorde de endividamento no país, com o total das dívidas chegando a 40% dos rendimentos do trabalho e dos benefícios pago pelas previdências sociais. “Se, do dia para noite, os bancos e as financeiras decidissem cobrar a dívida total das pessoas físicas, isto é, juros e o empréstimo principal, que chegou a R\$ 653 bilhões em abril, cada brasileiro teria de entregar o equivalente a 4,8 meses de

rendimento para zerar as pendências” (ESTADÃO, 2011). No Rio Grande do Sul, por exemplo, 42% dos endividados, que correspondem a 78% da população, estão com as contas atrasadas, sendo que destes 15% não tem condições de pagar o que devem.

Informações como estas indicam a necessidade de se aprofundar as reflexões sobre o tema aqui tratado, considerando que neste ensaio foram apresentadas apenas elaborações iniciais. Cabe, neste momento, ressaltar algumas indicações para futuros desenvolvimentos: (a) retomar o tema das classes sociais poderá elucidar a relação hoje opacificada entre a entrada de não-consumidores no mercado e a persistência das desigualdades sociais; (b) aprofundar a indicação apenas esboçada entre aumento de consumo por não-consumidores e o desgaste do ser pelo trabalho no cenário de acumulação flexível em que nos encontramos; (c) estudar mais detidamente as implicações relativas ao endividamento e, portanto, ao consumo que só se realiza consumindo antecipadamente a renda do trabalho; (d) discutir o que está sendo chamado de desenvolvimento em associação com o aumento do consumo, problematizando sua expressão no que se refere a propiciar modos de ser autônomos e igualitários em termos culturais, sociais e econômicos.

Referências

- ALBUQUERQUE, G. Classe Média: Caráter, posição e consciência de classe. In: ALBUQUERQUE, G. (Org.). *Classes médias e política no Brasil*. Rio de Janeiro: Terra e Paz, 1977. p. 11-34.
- ALMEIDA, J.F. Temas e Conceitos nas Teorias da Estratificação Social. *Análise Social*, v. XX, n.3, p.167-190, 1984.
- ARAÚJO, B. Mudanças na Estrutura Social Brasileira. In: ALBUQUERQUE, G. (Org.) *Classes médias e política no Brasil*. Rio de Janeiro: Terra e Paz, 1977. p. 83-116.
- COSTA, B. *Foco econômico: endividamento por crédito, estamos no limite?* Disponível em: <http://www.dci.com.br/foco-economico-endividamento-por-credito-estamos-no-limite-id288375.html>. Acesso em: 24 Mar. 2012.
- DAVIS, D.; MOORE, W. Alguns Princípios de Estratificação. In: VELHO, O.; PALMEIRA, M.; BERTELLI, A. (Org.). *Estrutura de Classes e Estratificação Social*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1981, p. 114-132.
- DOS SANTOS, T. *Conceito de classes sociais*. Rio de Janeiro: Vozes, 1987.
- EASTERLY, William. *The middle class consensus and economic development*. Public Research Working Paper 2346. Washington: The World Bank, 2000.

- ESTADÃO. Endividamento do Brasileiro é Recorde. Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/noticias/economia,endividamento-do-brasileiro-e-recorde,73174,0.htm>>. Acesso em: 07 Out. 2011.
- EVERS, T. Sobre o comportamento político das classes médias no Brasil: 1963-1977. In: KRISCHKE, J. (Org.) *Brasil: do "milagre" à "abertura"*. São Paulo: Cortez, 2003. p.83-102.
- FIRAT, A.; VENKATESH, A. Liberatory postmodernism and reenchantment of consumption. *Journal of Consumer Research*, v.22, n.3, p. 239-267, 1995.
- FOSTER, B. *A Ecologia de Marx: Materialismo e Natureza*. São Paulo: Civilização Brasileira, 2010.
- GRACIARENA, J. O poder e as classes sociais no desenvolvimento da América Latina. São Paulo: Editora Mestre Jou, 1971.
- GRUN, Roberto. A classe média no mundo do neoliberalismo. *Tempo Social*, v.10, n.1, p. 143-163, 1998.
- HARVEY, D. *A condição pós-moderna*. São Paulo: Loyola, 1992.
- KAHARAS, H. *The emerging middle class in emerging countries*. OECD Development Centre Working Paper, 2010. Disponível em: <http://www.oecd.org/dataoecd/12/52/44457738.pdf>. Acesso em: 15 Fev. 2012.
- LÖWY, M. *Ideologias e ciência social: Elementos para uma Análise Marxista*. São Paulo: Cortez, 2008.
- MARX, K. *O Capital: crítica da economia política*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1980. Livro I, v.1.
- MARX, K.; ENGELS, F. *O manifesto comunista*. São Paulo: Jorge Zahar, 2006.
- MILLS, W. *White collar: the American middle class*. Oxford Press: New York, 1951.
- NERI, M. *Miséria e a nova classe média na década da igualdade*. Rio de Janeiro: CPS/FGV, 2008.
- _____. *De volta ao país do futuro: crise europeia, projeções e a nova classe média*. Rio de Janeiro: CPS/FGV, 2012.
- O'DOUGHERTY, M.. *Consumption intensified: the Politics of middle-class daily life in Brazil*. Durham: Duke Press University, 2002.
- ONU. *As Nações Unidas e as políticas de redução da desigualdade racial*. 2010. Disponível em: <http://www.unaids.org.br/biblioteca/links/ONU/ONU%2011.pdf>. Acesso em: 25 Mar. 2012.
- SAES, D. *Classe média e sistema político no Brasil*. São Paulo: T.A. Queiroz, 1984.
- SKLAIR, L. Iconic architecture and the culture-ideology of Consumerism. *Theory, Culture & Society*, v. 27, n.5, p.135-159, 2010.
- SOUZA, J. *Os batalhadores brasileiros: nova classe média ou nova classe trabalhadora?* Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2010.

STAVENHAGEN, R. Estratificação Social e Estrutura de Classes. In: VELHO, O.; PALMEIRA, M.; BERTELLI, A. (Orgs.) *Estrutura de Classes e Estratificação Social*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1981, p. 133-169.

ROUSSEFF; D. *Cerimônia de assinatura do termo de pactuação do plano Brasil sem Miséria com governadores do Norte*. Manaus, 28 de setembro de 2011. Discurso da Presidente da República. Disponível em: <http://www2.planalto.gov.br/imprensa/discursos/discurso-da-presidenta-da-republica-dilma-rousseff-durante-cerimonia-de-assinatura-do-termo-de-pactuacao-do-plano-brasil-sem-miseria-com-os-governadores-do-norte-manaus-am> Acesso em: 20 Abril 2012.

SEN, A. *Desenvolvimento como liberdade*. Lisboa: Gradiva, 2003.

STRANGLEMAN, T. Sociology, social class and new working class studies. *Antipode*, v.40, n.1, p.15-19, 2008.

QUADROS, W. *A nova classe média brasileira 1950 - 1980*. Dissertação de Mestrado, Departamento de Economia Unicamp, 1985.

_____. *O "Milagre Brasileiro" e a expansão da nova classe média*. Tese de Doutorado, Departamento de Economia, 1991.

VIEIRA PINTO, A. V. *A Sociologia dos Países Subdesenvolvidos: introdução metodológica ou prática metodicamente desenvolvida da ocultação dos fundamentos sociais do "vale das lágrimas"*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2008.

VILLAVARDE, J. *Brasileiro trabalha mais e, com hora extra, ganha mais*. Disponível em: <http://www.valor.com.br/arquivo/886519/brasileiro-trabalha-mais-e-com-hora-extra-ganha-mais>. Acesso em: 20 Mar. 2012.

WEBER, M. *Economia y sociedad*. México: FEC, 2006.

WHEARY, J. The global middle class is here: now what? *World Policy Journal*, v.26, n.4, p.75-83, 2009.