

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
CENTRO DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

**CONSUMO SUSTENTÁVEL: PADRÕES DE CONSUMO  
DA NOVA CLASSE MÉDIA BRASILEIRA**

Felipe Eduardo Rodríguez Arancibia

Orientador: Elimar Pinheiro do Nascimento

Co-Orientador: Carlos José Sousa Passos

Dissertação de Mestrado

Brasília – DF, Agosto de 2012

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA

CENTRO DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

**Consumo Sustentável: padrões de consumo**

Da nova classe média brasileira

Felipe Eduardo Rodríguez Arancibia

Dissertação de Mestrado submetido ao Centro de Desenvolvimento Sustentável da Universidade de Brasília, como parte dos requisitos necessários para a obtenção Grau de Mestre em Desenvolvimento Sustentável, área de concentração em Educação e Gestão Ambiental, opção Acadêmico.

Aprovado por:

---

Elimar Pinheiro do Nascimento, Doutor (CDS)

(Orientador)

---

Esther Katz, Doutora (CDS/UnB)

(Examinador Interno)

---

Maria Salete Kern Machado, Doutora (SOL/UnB)

(Examinador Externo)

Brasília-DF, 17 de Julho de 2010

Arancibia, Felipe Eduardo Rodríguez

**Consumo Sustentável:** padrões de consumo da nova classe média brasileira. / Felipe Eduardo Rodríguez Arancibia.

Brasília, 2012.

144.p

Dissertação de Mestrado. Centro de Desenvolvimento Sustentável. Universidade de Brasília, Brasília.

1. Classe social. 2. Consumo. 3. Desenvolvimento Sustentável. I. Universidade de Brasília. CDS. II. Título

É concedida à Universidade de Brasília permissão para reproduzir cópias desta dissertação e emprestar ou vender tais cópias, somente para propósitos acadêmicos e científicos. O autor reserva outros direitos de publicação e nenhuma parte desta dissertação de mestrado pode ser reproduzida sem a autorização por escrito do autor.

Felipe E. Rodríguez Arancibia

A minha família, por todo o apoio que sempre tive para seguir adiante com este novo passo em meu projeto de vida. Sem o apoio incondicional de vocês esta pesquisa não teria a importância que tem para mim.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço em primeiro lugar o apoio do CDS por todos os novos caminhos e olhares que me foram entregues, pelos diversos professores que fazem deste espaço único de troca de conhecimento intercultural e interdisciplinar. Agradeço ainda o apoio e conversações sempre apropriadas de meu orientador e os diálogos com meu co-orientador. Agradeço também à família que participou desta pesquisa, abrindo sua casa e sua privacidade, e compartilhando suas experiências de vida.

Finalmente agradeço a todos meus colegas de mestrado e doutorado, especialmente Fernando Passos, Joana Araujo, Izabel Cavalcanti, Carolina Presas, Mariann Toth, Silvia Borges Lúcio e Denise Agostinho, que durante estes dois anos trocaram diversas ideias, seja em aulas ou em outros momentos, que com seus conhecimentos e provocações me ajudaram a repensar e construir este trabalho. Sem dúvida, a riqueza dessas conversações podem ver-se refletidas nesta dissertação.

## RESUMO

Hoje é possível perceber no Brasil um aumento e uma mudança do padrão de consumo de um segmento expressivo da sociedade, a chamada nova classe média ou nova camada de trabalhadores. O crescimento do número de pessoas recentemente ingressos no mercado de consumo pressiona os recursos naturais e os serviços ambientais dos diversos ecossistemas. Uma transição para um novo modelo de desenvolvimento sustentável exige a modificação dos paradigmas de produção e de consumo vigentes. À luz destas mudanças de padrões econômicos e de consumo, surge a necessidade de se questionar quais são os fatores que envolvem estas mudanças e como interagem com o consumo sustentável. Esta dissertação pretende ser um aporte para o esclarecimento deste questionamento. A metodologia utilizada na pesquisa foi a revisão sistemática de bibliografia, análise documental, e um pequeno trabalho de campo, que permitiu o desenvolvimento de uma história de vida de uma família da nova classe média brasileira da cidade de Brasília. Os lares desta faixa da população no Brasil somam 46,24%, e em números totais são cerca de 26 milhões de pessoas que ascenderam na pirâmide social, sendo responsáveis por uma importante fatia do consumo nacional, de diversos bens e serviços. A mudança resulta de múltiplos fatores: a estabilização da economia e dos preços, as mudanças demográficas, o aumento dos salários, o aumento do acesso a crédito, o incremento das políticas públicas sociais, as melhoras do mercado de trabalho e, principalmente, o aumento da qualificação e educação da população. Os resultados mostram que a nova classe média tem investido fortemente na aquisição de bens e serviços. As compras vão desde aparelhos de micro-ondas, geladeira duplex, até carro. Adicionalmente, têm-se uma alta valorização dos momentos de lazer, como as viagens, e uma redução relativa dos preços de eletrodomésticos e eletrônicos. Na última década as mudanças dos padrões de consumo alimentar da população brasileira foram acelerados com um aumento relativo de consumo de produtos mais industrializados, acompanhado por redução significativa dos produtos tradicionais como arroz, feijão, farinha de trigo e leite, entre outros. Assim também, evidencia-se uma diminuição do teor de carboidratos, que é compensado pelo aumento do teor de gorduras e de proteínas. O enfoque sobre a evolução das políticas públicas tende a focar na educação para um consumo inteligente e consciente. Precisamos da educação ao longo da vida para termos escolhas. Precisamos delas ainda mais, para preservar as condições que tornam estas escolhas possíveis, e as colocam ao nosso alcance, aprofundando o conhecimento nos aspectos relacionados ao bem-estar e a felicidade que o consumo representa. Sugere-se que futuras pesquisas nesta temática possam ser orientadas no sentido de melhorar a compreensão de como as políticas públicas podem se relacionar com a dinâmica da nova classe média, visando a sustentabilidade.

**Palavras-Chaves:** Classe social, consumo, desenvolvimento sustentável

## ABSTRACT

Today you can see an increase in Brazil and a change in the pattern of consumption of a significant segment of society, the new middle class or new layer of workers. The growing number of people recently ticket in the consumer market pressure on natural resources and environmental services of various ecosystems. A transition to a new model of sustainable development requires a change of paradigms in current production and consumption. In light of these changes in economic and consumption patterns, there is a need to question what are the factors involved in these changes and how they interact with sustainable consumption. This dissertation is intended as a contribution to the clarification of this question. The methodology used in the study was a systematic review of the literature, documentary analysis, and a small field work, which allowed the development of a life story of a family of new middle class Brazilian city of Brasilia. The households in this segment of the population in Brazil amount to 46.24%, and total numbers are about 26 million people who have ascended the social ladder, accounting for an important share of national consumption of various goods and services. The change results from multiple factors: the stabilization of the economy and prices, changing demographics, rising wages, increased access to credit, the increase in social policies and improvements in the labor market and especially the increase the skills and education of the population. The results show that the new middle class has invested heavily in acquiring goods and services. Purchases of equipment ranging from microwave, refrigerator, duplex, until car. Additionally, have a high valuation of leisure time, such as travel, and a relative reduction in the prices of appliances and electronics. In the last decade the changes in food consumption patterns of the population were accelerated with a relative increase in consumption of industrialized, accompanied by significant reduction of traditional products such as rice, beans, flour and milk, among others. So, too, shows a decrease of carbohydrate content, which is compensated by the increase of fat and protein. The focus on the evolution of public policy tends to focus on education for an intelligent and conscious consumption. We need education throughout life to have choices. We need them even more, to preserve the conditions that make these choices, and put them within reach, deepening knowledge in aspects related to the welfare and happiness that consumption represents. It is suggested that future research on this topic can be directed towards improving understanding of how public policies can relate to the dynamics of new middle class, for the sustainability.

**Key Words:** Social class, consumption, sustainable development

## **LISTAS DE GRÁFICOS**

Gráfico 1 – Evolução das Classes Econômicas 1992-2009.

Gráfico 2 - Evolução das classes sociais no Brasil, 2003, 2008 e 2014.

Gráfico 3 – Evolução da Classe C.

Gráfico 4 - Desigualdade Índice de Gini.

Gráfico 5 - Salário Mínimo Real (R\$).

Gráfico 6 - Empréstimo do sistema financeiro (% do PIB).

Gráfico 7 - Crédito - Países Selecionados (% do PIB) - 2008 e 2010.

Gráfico 8 – Fatores que definem a Classe Média.

Gráfico 9 - Distribuição das despesas monetária e não monetária média mensal familiar, no Estudo Nacional da Pesquisa Familiar - ENDEF e na Pesquisa de Orçamentos Familiares - POF, segundo os tipos de despesas - Brasil - período 1974/2009.

Gráfico 10 - Distribuição das despesas de consumo monetária e não monetária média mensal familiar, por tipos de despesas - Brasil - período 2008-2009.

## LISTA DE ABREVIATURAS

**CDS/ONU** - Comissão de Desenvolvimento Sustentável da ONU.

**CODEPLAN** – Companhia de Planejamento do Distrito Federal.

**CONAMA** - Conselho Nacional de Meio Ambiente.

**CS** – Consumo Sustentável.

**DePHA** - Departamento de Patrimônio Histórico e Artístico do Distrito Federal.

**DF** – Distrito Federal.

**EEUU** – Estados Unidos.

**FHC**- Fernando Henrique Cardoso.

**FMI** - Fundo Monetário Internacional.

**FGV** – Fundação Getulio Vargas.

**IBGE** – Instituto Brasileiro Geografia e Estatística.

**IDH** – Índice de Desenvolvimento Humano.

**IMC** - Índice de Massa Corporal.

**INPC** - Índice Nacional de Preços ao Consumidor.

**IPHAM** - Instituto Patrimônio Histórico e Artístico Nacional.

**MMA** - Ministério do Meio Ambiente.

**NCM** – Nova Classe Média.

**OCDE** - Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico.

**OMC** – Organização Mundial do Comercio.

**OMS** - Organização Mundial da Saúde.

**ONGs** - Organizações Não Governamentais.

**ONU** – Organização de Nações Unidas.

**PIB**- Produto Interno Bruto.

**PNAD** – Pesquisa Nacional de Amostra de Domicilio.

**PNRS** - Política Nacional de Resíduos Sólidos.

**PNUD** - Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento.

**PNUMA** – Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente.

**PPCS** - Plano Nacional de Produção e Consumo Sustentáveis.

**SAE/PR** - Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República.

**SPE** - Secretaria de Políticas Econômicas.

**UNESCO** - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura.

**UnICEUB** - Centro Universitário de Brasília.

**WCED** - World Commission on Environment and Development.

## SUMÁRIO

### LISTA DE GRÁFICOS

### LISTA DE ABREVIATURA

INTRODUÇÃO.....	12
<b>CAPITULO 1. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....</b>	<b>16</b>
1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DA PESQUISA.....	16
1.2 TIPO DE PESQUISA.....	17
1.3 PESQUISA DE CAMPO.....	18
1.4 INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS.....	20
1.5 PROCEDIMENTO DE COLETA DE DADOS.....	21
1.6 PROCEDIMENTO DE ANÁLISE DE DADOS.....	23
<b>CAPITULO 2. CONSUMO SUSTENTÁVEL.....</b>	<b>25</b>
2.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DE UM CAMPO.....	25
2.2 CONSUMISMO E SOCIEDADE DE CONSUMO.....	27
2.3 CONSUMO ALIMENTAR.....	31
2.4 A PROBLEMÁTICA DO CONSUMO NO SÉCULO XXI.....	36
2.5 CONSUMO SUSTENTÁVEL.....	44
<b>CAPITULO 3. A NOVA CLASSE MÉDIA BRASILEIRA.....</b>	<b>51</b>
3.1 PANORÂMICA DE UMA HISTORIA RECENTE.....	51
3.2 HISTÓRICO.....	55
3.3 CLASSE MÉDIA NO SÉCULO XXI.....	60
3.4 CRÍTICAS AO MODELO ECONOMICISTA.....	68
3.5 NOVOS DESAFIOS DE UMA NOVA REALIDADE.....	76
<b>CAPITULO 4. PADRÕES DE CONSUMO DA NOVA CLASSE MÉDIA.....</b>	<b>84</b>
4.1 O CONSUMO EM DADOS.....	86
4.2 O CONSUMO SIMBÓLICO.....	97
4.3 SAÚDE NA SOCIEDADE DO CONSUMO.....	101
4.4 NOVA CLASSE MÉDIA, NA VISÃO DE SEUS PROTAGONISTAS.....	104
4.5 NOVOS PARADIGMAS DE PRODUÇÃO E CONSUMO.....	114
<b>CONCLUSÕES.....</b>	<b>123</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>136</b>
ANEXOS	

## INTRODUÇÃO

A efervescência de uma grande massa de pessoas que estão ingressando ao mercado de consumo no Brasil apresenta grandes desafios, devido à impossibilidade de existir um crescimento infinito de consumo em um mundo finito. Segundo Illich (2005), mesmo que fosse possível disseminar o estilo de vida dos países desenvolvidos a todo o mundo, não seria recomendável, pois a sociedade de consumo cria necessidades maléficas ao próprio ser humano, destituindo-o de seus poderes e saberes, deixando-o fragilizado e dependente de instituições sobre as quais não tem controle. O ser humano perde sua autonomia, sua capacidade de interagir de maneira saudável com o seu meio ambiente, pois, se torna crescentemente um estranho. Os modelos atuais de produção e consumo geram um uso insustentável de material e de energia, e causam o esgotamento dos recursos renováveis e não renováveis da Terra de maneira acelerada. O desenvolvimento atual para tornar-se sustentável, deveria estar centrado nos modos de administrar bens e serviços de forma a utilizar menos recursos e a produção de resíduos.

A crise, porém, é uma característica de nossa época, ela é mais duradoura do que inicialmente se imaginava. Hoje estamos frente a uma crise fundamental do sistema, vivendo um processo singular de rebatimento das ações humanas sob nós mesmos (OLIVEIRA, 2008). Um dos principais elementos desta crise estrutural é o consumo de massas que, entre outras coisas, envolve coesão social, produção e reprodução de valores. Desta forma, não é uma atividade neutra, individual e despolitizada. Ao contrário, se trata de uma atividade que envolve a tomada de decisões políticas e morais praticamente todos os dias (BRASIL, 2005). O indivíduo tem um papel ativo no seu modo de vida, condicionado pelo nível de desenvolvimento de sua personalidade, pela sua cultura e pela sua experiência.

Quando consumimos, de certa forma manifesta-se a forma como vemos o mundo. O (PORTILHO, 2010), consumo é um tema que vem recebendo crescente atenção nas discussões sobre sociedade e meio ambiente, pois o ato de consumir é uma forma cada vez mais marcante de exercer a cidadania na sociedade. Decorre daí a importância da ambientalização e da democratização do consumo e a tensão para redução de seus efeitos negativos sobre o ambiente e sobre a equidade social.

Hoje, as relações interpessoais também vêm passando, cada vez mais, pela perspectiva da materialização, ou seja, por meio de objetos a sociedade vem procurando atingir a estabilidade emocional e de auto-afirmação. Parece que tudo se tornou mercadoria, a beleza, o corpo perfeito, a inteligência, a saúde e até a felicidade (SANTOS, 2007). Para Costa Filho (2005), consumir é a atividade apregoada pelos donos dos meios de produção,

como aquela que pode trazer as satisfações e as realizações últimas da existência humana, numa sociedade baseada na acumulação de riqueza. Porém, a incessante decepção de não encontrar a felicidade no consumo leva a indústria a produzir lançamentos para trocar a insatisfação por uma nova necessidade. Hoje, a diferença é a, novidade, é o ritmo com que as variações passaram a acontecer (OLIVEIRA, 2008). A questão do consumo já ultrapassou o fator comportamental de comprar e, inclusive, interfere na formação dos jovens, no estilo de vida e influencia os valores e juízos da sociedade do futuro, com reflexos na saúde e na educação da sociedade (LINN, 2006).

Depois de anos de instabilidade e estagnação no final do século XX, a nova classe média (NCM) brasileira cresceu aceleradamente, na última década. Em 2007, o país passou a integrar o grupo de países com alto Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), segundo a Organização das Nações Unidas (ONU). A renda da NCM subiu 22,8% de abril de 2004 a abril de 2008 (NERI, 2010). Segundo este autor, neste mesmo período, a renda das classes A e B subiu 33,6%. Pela primeira vez na história do país, 91 milhões de brasileiros ingressaram na chamada NCM. Este aumento de renda e a quantidade de pessoas entrando no mercado de consumo de maneira acelerada merece especial atenção, assim como, as mudanças nos padrões de consumo e as consequências geradas por esses novos padrões.

São diversos os fatores associados a um estilo de vida globalizado dirigido pelo consumo massivo, que hoje permeia grande parcela da sociedade brasileira, quase de maneira inconsciente. Conhecer quais são esses fatores e as implicações deste consumo na mudança no bem-estar da população é uma tarefa de grande importância, considerando as dimensões e a rapidez deste fenômeno que vem acontecendo no Brasil.

O Brasil tem um grande potencial para o desenvolvimento de estilos de vida sustentáveis, por meio da adoção de políticas voltadas a processos educativos que incorporem o pensamento complexo, visando a ampliação da visão sobre o consumo e se aproximando de uma visão integradora. Argumenta-se para que os estilos de vida se adaptem às necessidades do meio ambiente, por meio da promoção de processos educativos e de conscientização, inserindo nas escolas a abordagem sobre consumo sustentável, a análise do ciclo de vida dos produtos e a promoção da saúde. Além do incentivo ao desenvolvimento do conceito de cidadão global e o fortalecimento dos processos participativos (MONT, 2007).

É neste contexto que surge o questionamento que orientou este estudo: **como foram as mudanças no padrão de consumo da nova classe média brasileira em sua relação com o consumo sustentável?** Este questionamento é de fundamental importância

considerando que o comportamento de consumo é complexo, incluindo determinantes externos e internos ao sujeito. O acesso aos bens na sociedade moderna, que é predominantemente urbana, é determinado pela estrutura socioeconômica, associado a determinantes culturais e psicossociais.

Infelizmente, o tempo regulamentar do mestrado não permitiu atingir toda a extensão do objeto da pesquisa. O estudo sobre as características da nova classe média, em particular no seu padrão de consumo, foi atingido, mas a análise da sustentabilidade não foi possível realizar na extensão originalmente concebida. Em particular o trabalho de campo foi drasticamente reduzido, em parte pelas dispersões próprias deste autor, mas também pela abundância de literatura sobre nova classe média e consumo, além da novidade do tema. Dessa forma, este trabalho deve continuar no futuro aprofundando as relações deste novo padrão de consumo com a sustentabilidade.

Concentrado no **estudo da mudança dos padrões de consumo da NCM brasileira**, foram identificados quatro objetivos específicos que guiaram a pesquisa:

- a) Identificar os fatores que influenciaram na ascensão social da NCM;
- b) Identificar os principais elementos que caracterizam os padrões de consumo da NCM Brasileira;
- c) Caracterizar as motivações que estão por trás do consumo da NCM;
- d) Mostrar como as políticas públicas se relacionam com a NCM.

Trata-se aqui de buscar desvendar alguns princípios subjacentes a essa discussão, com base em um olhar crítico, dialogando com as diversas áreas do conhecimento afins como a educação, sociologia, psicologia, economia ecológica, saúde, entre outros.

Esta dissertação está organizada em quatro capítulos, além desta introdução, as conclusões e as referências bibliográficas.

No **primeiro capítulo** apresenta-se o procedimento metodológico utilizados para o desenvolvimento da pesquisa.

O **segundo capítulo** traz os conceitos de consumo e consumo sustentável, contextualizando a problemática na sociedade moderna e suas ameaças à questão socioambiental. Busca-se principalmente compreender as origens e os fluxos do consumo atual, identificando os padrões que o regem.

No **terceiro capítulo** trata do processo de conformação e consolidação da denominada nova classe média brasileira, classe social que hoje já supera mais da metade da população do país. A análise tem início com uma contextualização histórica, e alcança a situação atual.

No **quarto capítulo** são apresentados os dados e os resultados da pesquisa

documental e de campo que abordam as mudanças do consumo na classe média C, numa análise integrada aos primeiros capítulos. São apresentados alguns riscos que as mudanças de consumo presentes na NCM podem trazer, como situações de saúde, e aumento de pressões ambientais.

A evolução dinâmica, ao longo dos últimos anos, na capacidade do poder de consumo implicam em mudanças no perfil de acesso a bens variados, incluindo o consumo alimentar da população. Por sua vez, estas mudanças expõem a população a novos fatores de risco no seu bem-estar, associados à saúde e as condições de vidas. Este é um fenômeno dinâmico recente e massivo nunca antes visto, nesta escala, na sociedade brasileira. Devido a estas características, se faz necessário conhecer algumas das principais relações que regem a dialética consumo-bem estar, e sua relação com a sustentabilidade.

A promoção de um consumo sustentável não tem apenas uma face econômica, mas devem ser consideradas também as esferas psicossociais, de saúde e ambientais. Todas estas dimensões encontram-se entre laçadas no ato da escolha e do consumo. Estas escolhas são fortemente determinados pela renda, cultura, mídia, entre outros fatores. O estudo deste fenômeno em sua relação com a transição ecológica na sociedade moderna surge como um desafio estruturante para o desenvolvimento e a sustentabilidade. Já não é possível seguir vivendo numa sociedade doentia, que incentiva a autodestruição por meio de um consumo cego de bens, serviços e alimentos em excesso, supostamente para satisfazer legítimos desejos. Neste sentido, esta pesquisa procura contribuir com a discussão crítica na linha de melhorar nossa relação com a natureza e as relações interpessoais, trazendo temas para uma melhor compreensão da importância da alimentação, relacionado a estilos de vida saudável, visando a sustentabilidade.

## CAPITULO 1. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A ciência tem como propósito tentar captar e entender a realidade utilizando para isto a metodologia, que se preocupa com as formas para chegar a este fim, através da pesquisa. Desta maneira a metodologia pode ser entendida como um caminho para alcançar um objetivo, aportando com a forma, o modo para dar respostas ou resolver problemas.

A partir daqui, a metodologia científica é o caminho que procura a verdade num processo de pesquisa (MICHEL, 2005). O método é a atividade reorganizadora necessária à teoria. É uma atividade pensante e consciente que, segundo Descartes, é a arte de guiar a razão nas ciências ou, em uma reinterpretação, a arte de guiar a ciência na razão (MORIN, 2005). O método é, ao mesmo tempo, atividade pensante e arte, pois além de expor a maneira de guiar ou conduzir a razão, ele ajuda a conjugar os diferentes conhecimentos, assumir ideias e ações. Nesta perspectiva, método não se limita a um conjunto de procedimentos ordenados e coerentes, ele consiste no esforço de pensar o não pensado, sem enquadrar a realidade antropossocial (RODRIGUES & LIMENA, 2006).

Em definitiva se trabalhou como uma proposta epistemológica que buscou trazer o homem para o centro da pesquisa e manteve um propósito de confrontação e complementaridade (REY, 2005). Para Morin (2000, p.37), “conhecer o humano não é separá-lo do Universo, mas situá-lo nele”, neste contexto o pesquisador como sujeito não se expressa somente no campo cognitivo. A sua produção intelectual é inseparável do processo de sentido subjetivo, que, por sua vez, é formado pela sua historia, representações, crenças e valores (REY, 2005). É com esta postura que o trabalho foi desenvolvido, com o intuito de alcançar os objetivos delimitados no início.

### 1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DA PESQUISA

Este estudo visou analisar e compreender as relações de consumo da nova classe média brasileira no contexto da sustentabilidade, com foco nas mudanças de consumo e suas características de sustentabilidade. A população objeto do estudo será a parcela da população do Brasil que, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), pertence à nova classe média ou nova classe C, de acordo com sua renda *per capita* e seu potencial de consumo, que inclui a classe média tradicional.

Esta pesquisa pretendeu ainda trazer uma visão qualitativa na análise de uma história de vida de uma família que nos últimos 10 anos ascendeu à NCM, a qual é possível

visualizar as mudanças em conjunto com os dados das análises documentais. Trazer à discussão o contexto de uma família representativa do objeto de estudo, visou dar um olhar mais humano.

Para a realização deste estudo buscou-se relacionar o contexto econômico e de desenvolvimento que o país teve nos últimos 10 anos, principalmente com o aumento expressivo de renda da população, a diminuição da desigualdade na distribuição de renda, e seus reflexos no acesso ao mercado de consumo de uma grande parcela da população, que por muito tempo esteve ausente desta parcela da sociedade.

## 1.2 TIPO DE PESQUISA

Este estudo pode ser classificado como uma pesquisa exploratória, descritiva e analítica. O estudo exploratório, também chamado de pesquisa bibliográfica, se caracteriza pela busca, através de documentos, de uma resposta a uma pergunta ou lacuna de conhecimento. Procura explicar um problema a partir de referências teóricas publicadas em documentos. Por sua vez uma pesquisa do tipo descritiva tem como propósito a análise, com a maior precisão possível, de fatos ou fenômenos em sua natureza e características. Para atingir isto, se procura conhecer e comparar as várias situações decorrentes do comportamento humano, nos seus diversos aspectos (MICHEL, 2005). Desta maneira, este tipo de estudo, tem por objetivo conhecer as variáveis tais como se apresentam, seu significado e o contexto onde elas se inserem. Pressupõe-se que o comportamento humano seja mais bem compreendido no contexto social onde ocorre (PIOVESAN e TEMPORINI, 1995). O acesso à informação terá como meios o levantamento de bibliografia especializada, análise documental de dados secundários e trabalho de campo.

Para Piovesan & Temporini (1995), ao se realizar pesquisa sobre fatores humanos, recomenda-se o estudo prévio da realidade, na fase de planejamento da pesquisa, com a finalidade principal de elaborar um instrumento baseado nas experiências reais dos sujeitos. Este procedimento metodológico é a pesquisa exploratória, de natureza qualitativa e contextual. No trabalho realizado, o acesso prévio à realidade foi se desenvolvendo por meio de anotações, registros, notas de aulas, análise documental, reportagens, documentos jornalísticos, vídeos, entre outros. Isto permitiu estabelecer um roteiro de trabalho para o desenvolvimento da pesquisa em suas várias fases e no desenvolvimento dos instrumentos utilizados. Porém, deve-se lembrar que toda pesquisa é um processo vivo que apresenta diversas dificuldades para as quais, o pesquisador deve estar preparado para tomar decisões que podem alterar a pesquisa. Da mesma maneira, a pesquisa jamais pode definir-

se na dicotomia coleta-elaboração, o que supõe uma possibilidade de separação do contexto e o dado pode perder aspectos essenciais de seu significado (REY, 2005).

Nesse sentido, para Rey (2004) a principal finalidade de toda ciência é conhecer a construção ativa do objeto no nível teórico, sem cuja antecipação necessária, o momento empírico da ciência seria estéril. Por outro lado, a teoria é impossível de ser verificada em relacionamentos lineares e pontuais com os dados. O dado empírico e o sistema em que este se inscreve, constitui entradas para o pensamento que encontram seu sentido na historicidade teórica deste pensamento. Ao final, as construções particulares de uma pesquisa representam, em si mesmas, uma produção teórica importante, embora sejam suas relações e contradições com o nível macro que permitem a significação desta pesquisa para a produção teórica geral da ciência (REY, 2005).

### 1.3 PESQUISA DE CAMPO

A pesquisa na área de ciências que tem como objeto de estudo o homem e suas interações com seu meio, necessitam de instrumentos que possibilitem coletar dados da vida real, das experiências do dia-dia, que permita testar e confirmar a teoria estudada na prática. A pesquisa de campo é uma forma para verificar como a teoria se comporta na prática, portanto deve ser orientada pelos princípios de uma pesquisa descritiva (MICHEL, 2005). Para Rey (2005), a pesquisa qualitativa também envolve a imersão do pesquisador no campo de pesquisa, já que este é o cenário social em que acontece o fenômeno estudado. Desta maneira, uma proximidade com a realidade estudada é um complemento ideal ao tipo de estudo apresentado.

#### **Contexto do trabalho de campo**

Para contrastar e complementar as informações estatísticas globais reunidas nesta pesquisa se realizou um trabalho de campo que permitiu dar uma visão mais complexa do fenômeno. Segundo Rey (2005) a aparição de fontes diversas, com posições e interesses distintos em relação ao problema, permitem ajudar a definir os diferentes elementos envolvidos com sentidos subjetivos. Neste sentido, a pesquisa qualitativa mostra-se como sistema aberto que, conjuntamente com as representações teóricas mais gerais assumidas pelo pesquisador, integrando localmente tanto as ideias do pesquisador, como o momento empírico particular da pesquisa (REY, 2005).

Assim, uma aproximação qualitativa do problema permitiu uma representação mais complexa, integrando a diversidade subjetiva. Não pode haver boa pesquisa empírica sem

conhecimento da sociedade que se pretende conhecer. Desta forma a perspectiva crítica envolve mais trabalho, pois, tem que explicar em que tipo de contexto social as pessoas vivem, para que possamos entender por que elas se compreendem deste modo, e não de qualquer outro modo possível (SOUZA et.al, 2009).

No campo foi utilizado como instrumento principal de coleta de informação a entrevista semi-estruturada para o análise da história de vida de uma família da NCM. O local escolhido para esta coleta de informação foi Vila Planalto do Distrito Federal (DF). Espaço histórico da capital, cujo direito à moradia foi associado, no início, ao exercício de atividades profissionais relacionadas à edificação de Brasília. No início da construção da cidade, era composta por um conjunto de acampamentos instalados por diferentes companhias da construção civil, localizados na proximidade da atual Praça dos Três Poderes, do Palácio da Alvorada e do Palácio do Planalto, ou seja, no centro do Plano Piloto. As construções eram todas em madeira, sem possibilidades legais de crescimento. A concessão das moradias foi considerada resultado de ações políticas que ocorreram na década de 1980 em prol da permanência e regularização do espaço, na medida em que o plano original de Brasília previa sua destruição após a construção da cidade (COELHO, 2008).

Em 1988, a Vila Planalto foi tombada pelo Departamento de Patrimônio Histórico e Artístico do Distrito Federal (DePHA) e pelo Instituto Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAM). Atualmente conta com quatro acampamentos remanescentes: Rabelo, Pacheco Fernandes, DFL e Tamboril (CODEPLAN, 2009, p.11). A população da Vila Planalto possui uma renda domiciliar média de \$3.611,40 reais (CODEPLAN, 2009, p.47), o que a deixa no ponto central da considerada classe média, segundo o IBGE.

A localização estratégica dentro do plano piloto, além de sua composição heterogênea de moradores de diferentes classes sociais, fez da escolha da Vila Planalto um espaço de coleta apropriado para os objetivos desta pesquisa.

### **Critério de seleção dos entrevistados**

Contou-se com uma amostra não probabilística e intencional de um núcleo familiar escolhido para o desenvolvimento do histórico vital por meio de entrevista. Este núcleo familiar foi selecionado por sua representatividade como membro da NCM. Segundo uma pesquisa da FGV (2010), baseado em dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio (PNAD) do IBGE, a Classe média C compreende a faixa de população com rendimentos entre R\$ 1.064 e R\$ 4.561, e está compreendida entre aqueles imediatamente acima dos 50% mais pobres e abaixo dos 10% mais ricos na virada do século. Além do

critério de inclusão econômica, se considerou necessário achar uma família considerada como emergente, ou seja, que tenha crescido socialmente nos últimos 10 anos, o que a encaixaria como membro da nova classe média.

#### 1.4 INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS

Considera-se essencial colher a “verdade” de todo sentimento, estilo de vida e comportamento coletivo. Isto só é possível quando se analisam os contextos sociais, cultural e político em que um fenômeno particular existe, assim como próprio fenômeno (BAUMAN, 2005). Para ter acesso a esta verdade é preciso os instrumentos adequados de coleta de dados. “O instrumento de pesquisa privilegia a expressão do outro como processo, estimulando a produção de tecidos de informações e não de respostas pontuais” (REY, 2005, p. 43).

Para Michel (2005) a coleta de dados deve ocorrer após a definição clara e precisa do tema, objetivos, revisão bibliográfica e do plano de trabalho a ser implementado. Nesta pesquisa foram utilizadas duas técnicas de coleta: análise documental e entrevista semi-estruturada.

À análise documental é uma via de obtenção de dados de observação indireta, ou seja, não através de pessoas, mas de documentos institucionais, material gráfico, quadros, tabelas, etc., as quais são produzidas por pessoas ou instituições. Os registros devem pertencer ao objeto de pesquisa estudado, que permita coletar informações úteis a análise do problema. Todos os dados obtidos por este meio são chamados de secundários (MICHEL, 2005). Para o trabalho de campo foi utilizada a entrevista semi-estruturada como ferramenta de pesquisa. A entrevista é um meio de observação direta intensiva, onde os dados são obtidos através de encontro pessoal ou análise de documentos produzidos por pessoas definidas como elementos da amostra da pesquisa. Utiliza os sentidos na obtenção dos aspectos da realidade; não consiste apenas em ver ou ouvir, mas também em examinar fatos ou fenômenos que se deseja estudar, incluindo aspectos inconscientes, ou não manifestados voluntariamente (MICHEL, 2005).

A entrevista permite a expressão do sujeito em trechos de informação que são objetos do trabalho interpretativo do pesquisador (REY, 2005). Para Michel (2005) é um encontro entre duas pessoas, com o fim de que uma delas possa obter informações relacionadas a um assunto, mediante uma conversação profissional, sendo um instrumento excelente, pois estabelece um encontro face a face, metódico e informado. Macedo (2006) afirma que é um instrumento de coleta de dados que permite captar o significado social de

uma comunidade, ela possibilita a interação onde se podem contemplar muita informação não-verbal, com sentidos subjetivos além da fala. Durante a entrevista acontece também um processo de observação, que não se consubstancia num ato mecânico de registro, ele está inserido num processo de interação e de atribuição de sentidos. Utilizou-se para este estudo uma entrevista do tipo semi-estruturada ou despadronizada, o que permite que o entrevistado possa ter a liberdade para desenvolver cada situação em qualquer direção que considere adequada; permite explorar mais amplamente uma questão. Ainda, foi utilizada a modalidade de entrevista focalizada, que possui um roteiro de tópicos para desenvolver a conversação (MICHEL, 2005).

A utilização da entrevista semi-estruturada focalizada permitiu desenvolver um histórico vital da unidade estudada, com foco principal nos últimos 10 anos. O roteiro utilizado conta com 12 perguntas (vide anexo), que permite o levantamento da percepção dos entrevistados em dois momentos, o atual e 10 anos atrás. A entrevista inclusive permitiu a oportunidade ao entrevistado de expressar suas expectativas de futuro em relação a sua situação atual projetada para o futuro. A biografia narrada pode ser particularmente útil para esclarecer o lado subjetivo dos processos institucionais, ela pode dar sentido à noção de *fluxo do processo* (MACEDO, 2006). Neste sentido, Piovesan (1970) destaca que as experiências de vida, ao lado do ensino formal, concorrem para a construção de conhecimentos, crenças, atitudes, valores, emoções e motivações, componentes importantes a condicionarem a percepção dos indivíduos acerca de fenômenos biológicos, psíquicos e sócio-ambientais. Para Ferrarotti (1983, p.113 in MACEDO, 2006), “cada sujeito totaliza a sociedade pela mediação de seu contexto social mais próximo, isto é, dos grupos específicos do qual faz parte em seu dia-a-dia”. Desta maneira, trabalhar na *linha de vida* dos atores sociais e fazer com que as pessoas confiem em suas lembranças e interpretações, e em sua capacidade de colaborar com a história, ajuda-lhes na aquisição de um valor social, um sentimento de identidade e pertencimento a uma época e um lugar determinado (MACEDO, 2006).

## 1.5 PROCEDIMENTO DE COLETA DE DADOS

No início do trabalho, o levantamento bibliográfico examinou minuciosamente materiais existentes relacionados ao assunto aqui tratado, principalmente os conceitos-chaves relacionados à pesquisa: consumo sustentável, padrões de consumo, nova classe média. Foi identificado o perfil da nova classe média, a situação economia nacional e sua relação com o meio ambiente visando caracterizar o consumo da sociedade brasileira. Tudo

isto junto a uma análise crítica dos programas educativos e planos nacionais para o desenvolvimento do consumo sustentável e padrões de consumo. Para ter acesso a esta informação, procurou-se indagar em livros, artigos científicos, dissertações e teses, artigos jornalísticos, todos atualizados e pertinentes a temática. De acordo com Morin (2000), o conhecimento pertinente é aquele capaz de situar a informação em seu contexto, no conjunto em que está inscrito, principalmente pela capacidade de contextualizar e englobar, e é isto que precisamente norteou a eleição do material trabalhado.

Logo depois do levantamento de informações e conceituação dos temas, foram pesquisados dados secundários nacionais que permitiram mostrar o perfil da nova classe média, dos padrões de consumo nacional e em especial da NCM brasileira. Os dados secundários utilizados foram obtidos por meio de análise documental de varias fontes, principalmente: IBGE, PNAD, Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), Fundação Getúlio Vargas (FGV) e Ministério da Fazenda. Foi feito um recorte temporal de dados principalmente da última década, segundo as possibilidades de acesso aos mesmos. Os dados obtidos foram cruzados buscando responder aos objetivos desta pesquisa. Logo os resultados foram sistematizados e apresentados de maneira gráfica, junto às análises interpretativas.

Por outro lado, o trabalho de campo permitiu o acesso a uma amostra de um núcleo familiar da NCM da Vila Planalto, à qual se aplicaram entrevistas em vários dias e momentos diferentes, para indagar sobre seus estilos de vida, de consumo, e mudanças econômico-sociais no decorrer dos últimos 10 anos. Foi aplicado o roteiro de entrevista elaborado para responder os objetivos da pesquisa. Foram ouvidos três membros da família que aportaram diversos antecedentes da história de vida familiar e da passagem destes últimos 10 anos. As entrevistas foram realizadas na casa dos entrevistados com apoio de registro de gravação de áudio e anotações. A transcrição das entrevistas se realizou de maneira integral. Os dados foram coletados entre julho e novembro de 2011.

Infelizmente o tempo regulamentar próprio a um mestrado não permitiu desenvolver o trabalho de campo em sua extensão inicialmente concebida, ficando restrita a entrevista em profundidade, realizada em três momentos distintos, a uma família. Por sinal, bastante representativa das mudanças sobre as quais a literatura especializada tem sinalizada.

Contudo, destaca-se que a definição da coleta de dados como um passo metodológico é apenas uma postura pedagógica, porque realmente os dados não se coletam, mas se produzem e porque o dado é inseparável do processo de construção teórico no qual adquire legitimidade (REY, 2005). É com esta posição, que foram trabalhadas as diversas informações.

## 1.6 PROCEDIMENTO DE ANÁLISE DOS DADOS

Para a análise dos dados documentais procurou-se indagar tanto em dados “crus”, ou seja, tabelas de informações de bases de dados dos órgãos e instituições que trabalham com estes dados (indicados acima), como em dados “elaborados” ou trabalhados em relatórios e informativos de origem institucional ou acadêmica. Este protocolo de pesquisa permitiu contrastar as informações coletadas até se conseguir uma saturação das informações e por consequência um fortalecimento dos dados apresentados.

Realizou-se uma análise transversal dos conteúdos teóricos trabalhados e de como esses temas surgem no discurso dos entrevistados. No discurso, não apenas é possível ver a emergência dos temas estudados, mas é possível perceber comportamentos, estilos de vida, aspectos culturais e elementos subjetivos que enriquecem a estrutura da realidade estudada.

Nesse contexto, o procedimento de apreciação dos dados coletados foi feito por uma análise de discurso. Para Gondim & Fischer (2009), na definição de discurso como construção de sentido, o discurso não obedece somente a regras de estruturação do pensamento e da linguagem individual, mas expressa também um pensamento coletivo construído a partir do lugar que a pessoa ocupa no mundo social. Esta busca revelar nos fatos da linguagem seus enclaves espaciais, temporais e sociais. A força deste enfoque tem base, sem dúvida, em suas complexas elaborações conceituais e na fineza de suas interpretações (ARMONY, 1997). Para Armony (1997), este campo tem habitualmente uma forte marca linguística extremamente difícil de caracterizar de maneira geral. Um dos rasgos salientes é seu marcado interesse pelos mecanismos de *produção de sentido*. Aquilo que indaga não é tanto o que se diz, senão o como se diz. A análise do discurso faz aparecer e desaparecer as contradições dialéticas, mostrando o jogo que elas desempenham no texto, dando acesso aos sentidos produzidos pela inscrição socioideológica e histórica dos sujeitos envolvidos. A desconstrução da análise de discurso é o desmascaramento das contradições dialógicas reveladoras das múltiplas vozes sociais que se encontram entrecortadas na enunciação do sujeito do discurso (GONDIM & FISCHER, 2009).

Uma grande parte das análises discursivas nas ciências sociais, ajudam a reduzir drasticamente a distância entre os momentos da descrição e da interpretação, espaço em que deveria revelar-se o esforço de formalização metodológica. Para expressar a sua ideologia, o sujeito faz uso dos discursos, nos quais, segundo Brandão (2004) discursos são

como um conjunto de enunciados que se remetem a uma mesma formação discursiva. Para Foucault, a análise de uma formação discursiva consistirá, então, na descrição dos enunciados que a compõem. E a noção de enunciado concebe-se como a unidade elementar, básica que forma o discurso. “O discurso seria, dessa forma, como uma família de enunciados pertencentes a uma mesma formação discursiva” (BRANDÃO, 2004, p.33).

Por fim, foi realizada uma sistematização dos conceitos levantados, relacionando consumo e a sustentabilidade dos estilos de vida para a integração dos aspectos trazidos à discussão utilizando o *software* Nvivo 9.

O *software* de análise de dados qualitativos, desenvolvido por QSR Internacional, ajuda a explorar, analisar e compreender a informação de documentos, arquivos PDF, vídeos, questionários, fotografias e arquivos de áudio. O programa ajuda a obter rapidamente respostas, justificar conclusões e tomar decisões fundamentadas. O programa é utilizado por mais de 400 mil pessoas em 150 países em pesquisas de diversas áreas das ciências sociais, incluindo organizações como *Yale University, World Vision Australia, Columbia University e UK Policy Studies* (QSR, 2011).

## CAPITULO 2 CONSUMO SUSTENTÁVEL

*“Todos somos seres físicos finitos e frágeis. Quantas coisas - alimentos, sucata, anúncios de televisão, automóveis grandes, novos dispositivos e últimas modas - podemos consumir sem transtocar nosso próprio bem-estar psicológico?”* Jigme Thinley <sup>1</sup>

### 2.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DE UM CAMPO

O consumo é considerado hoje a principal atividade do mundo moderno. É uma atividade que engloba todas as esferas da vida, muitas vezes começando como um desejo pessoal, na esfera individual ou social e cuja decisão tem consequências na economia e ultimamente, cada vez mais no aspecto ambiental e na saúde. Desta maneira, o consumo é um processo que faz parte da vida social e é uma função imprescindível da vida biológica, que se dá em toda a história e em toda época. O consumo traz consigo vínculos e relações humanas (PUJADAS *et al.*, 2009).

Por outro lado, o consumo pode ser entendido como um processo em que as pessoas constituem os agentes das práticas de consumo e se engajam em atos de apropriação e apreciação de bens, serviços, experiências, informações ou ambientes, comprados ou não, podendo ser principalmente classificado em: utilitários, expressivos ou contemplativos, entre outros. Assim, o consumo é considerado uma prática dispersiva, porque ocorre frequentemente e em diferentes lugares, muito além do que as pessoas podem registrar ou refletir (CASTAÑEDA, 2010). Neste âmbito, Warde (2005) enxerga as práticas como os principais elementos do consumo, pois configuram o principal recurso explanatório deste campo, constituindo o primeiro recurso do desejo, do conhecimento e do julgamento. Por isto, uma mudança nas práticas tem como reflexo uma mudança correspondente nas formas de consumo de objetos e experiências.

Para Baudrillard (2004) o consumo concebido como prática é um ato intencionado que forma parte da construção de um discurso simbólico. Este simbolismo está cheio de diversas significâncias atribuídas no ato do consumo. Barbosa e Campbell (2006) reforçam esta posição manifestando que o consumo é por vezes entendido como uso e manipulação, em outras palavras, como compra, exaustão, esgotamento ou realização. Portanto, significados positivos e negativos surgem ao falar sobre como utilizamos o meio a nossa volta.

---

<sup>1</sup> Primeiro ministro de Butão. Cume sobre o Desenvolvimento Sustentável de Delhi. Nueva Delhi, 5 -7 de fevereiro 2010.

Por outro lado, Bourdieu (2007) na busca por compreender novas formas de relações sociais, chega a afirmar que o consumo de objetos pode ser atribuído a uma mesma base geradora, o *habitus*, interpretado através do gosto. Baseando sua pesquisa em material empírico sobre o gosto das pessoas, desenvolve a tese de que as práticas de consumo são centrais na criação e manutenção de relações sociais. Os grupos dominantes, segundo o autor, procuram possuir ou estabelecer o monopólio de bens posicionais.

Porém, na sociedade de consumo contemporânea, a situação desses bens é profundamente instável, com uma inflação constante a medida que os bens posicionais se massificam ou sofrem queda no mercado, provocando uma corrida social constante das pessoas para novos bens a fim de conservarem distinções de *status* reconhecíveis. Neste cenário, a moda é um processo de obsolescência cultural programada. À medida que ela se dissemina pelo interior da sociedade deixa de ser um diferencial e um novo ciclo para um novo produto é estabelecido (BARBOSA, 2004). Ou seja, na medida em que a moda se estabelece ela deixa de ser novidade e passa a “vulgarizar-se”, é neste momento em surgem novos produtos que passam a preencher a vaga deixada pelo bem massificado, o qual passa a considerar-se “passado de moda”.

De fato, muitas vezes as declarações envolvendo o termo “consumo” repetidamente fazem referência a compras e aquisições. As práticas de compra são integrativas porque envolvem nexos de fazeres e discursos que estão relacionados tanto com o que as pessoas gostam ou não de comprar, quanto com a disposição de algumas pessoas em evitar comprar. Assim, o consumo constitui um fenômeno inescapável e momentâneo, que ocorre frequentemente, e sem muita importância, para grande parte das pessoas. Por sua vez, o consumo não é uma atividade coerente e unificada, nem mesmo uma prática integrativa na medida em que a diferenciação social evidencia um contraste de entendimentos, de níveis de competência prática e de graus de envolvimento que geram variações de comportamento associados a estilos de vida. Desta forma, a hierarquia das práticas torna-se uma questão empírica de investigação sobre os benefícios internos e externos maiores para as pessoas, o que pode definir as posições particulares em algumas práticas como, por exemplo, a compra de alimentos orgânicos (CASTAÑEDA, 2010). Ou seja, os tipos de práticas estarão definidos, muitas vezes, por experiências pessoais gratificantes a níveis psicológicos e sociais (*status*), que guiaram as condutas dos consumidores a produtos e serviços determinados.

## 2.2 CONSUMISMO E SOCIEDADE DE CONSUMO

Uma vez entendendo como é compreendido o consumo pode-se destacar que, pelo contrário, o consumismo é um tipo de acordo social que resulta da reconversão dos desejos, vontade ou anelos humanos na principal força de impulso e de operações da sociedade. Esta força coordena a reprodução sistêmica, a integração e estratificação social e a formação do indivíduo. Desta maneira, o consumo é próprio do organismo humano e de toda época. O consumismo, por sua vez, é uma característica de uma sociedade histórica concreta, na qual não é inerente à natureza do indivíduo. A nossa sociedade atual tem como uma de suas características o consumismo (PUJADAS *et al.*, 2009). Neste sentido, de acordo com Barbosa (2004) a sociedade de consumo é um dos inúmeros rótulos utilizados por intelectuais, acadêmicos, jornalistas e profissionais de marketing para se referir à sociedade contemporânea. A sociedade de consumo, em semelhança as expressões sociedade da informação ou sociedade do conhecimento, remete o leitor para uma determinada dimensão, percebido como específica e definidora das sociedades contemporâneas.

Warde (1997), explica que após a segunda guerra mundial houve uma abertura econômica para a aquisição de bens de consumo, o que gerou uma descentralização da organização da vida social dando início à lógica individualista. Nesta transição, da modernidade para uma “pós-modernidade” rompe-se com a lógica da sociedade de casta, classe ou linhagem. O consumo toma uma conotação de liberdade. A identidade deixa de ser representada por um território, para ser uma autonomia, uma responsabilidade individual. O consumo relaciona-se a uma psicologia do “eu”, cujo objetivo é criar e sustentar uma identidade própria. Neste domínio, a individualidade é afirmada e renegociada diariamente na atividade contínua da interação. Ser um indivíduo é aceitar uma responsabilidade inalienável pela direção e pelas consequências da interação (BAUMAN, 2007).

A sociedade de consumo busca satisfazer os desejos (e necessidades) humanos de uma forma que nenhuma sociedade do passado pôde realizar ou sonhar. A sociedade de consumo consegue tornar permanente a insatisfação individual. Uma forma de causar este efeito é desvalorizar os produtos logo depois de alcançados. Outro método é de satisfazer toda necessidade ou desejo de uma forma que não possa deixar de provocar novas necessidades ou desejos (BAUMAN, 2007). São estes métodos, entre outros, que o sistema utiliza para gerar um consumismo exacerbado, toda vez que fomentam a procura constante pela saciedade do desejo de consumo e que, uma vez alcançado, gera um vazio até achar

outro produto ou serviço que preencha este vácuo. Isto mantém as pessoas numa roda constante de consumo e descarte.

O dilema é que os povos que se encontram fora do acesso aos bens produzidos pela sociedade capitalista de consumo sentem-se no direito de alcançá-los, produzindo uma corrida desenfreada, movida pelo produtivismo exacerbado e pelo consumismo insensato (LATOUCHE, 2003). Segundo Bauman (2007) o corpo do consumidor, tende a ser fonte de uma ansiedade eterna, exacerbada pela ausência de esquadros estabelecidos e confiáveis para aliviá-la, que dirá para reduzi-la ou dispersá-la.

Weber (1977) explica de boa maneira esta relação e afirma que na sociedade de consumo globalizada surge um novo espírito centrado no consumismo. O triunfo da economia de mercado e da hegemonia dos bancos e dos sistemas financeiros e do varejo possibilitam a multiplicação do crédito e, por consequência, a massificação do consumo (RITZER, 1992). Giddens (1990) reforça esta postura afirmando que a monetarização e a informatização da economia de consumo tem deslocado os processos de produção e consumo, o que ajuda a desvincular cada vez mais as mercadorias dos trabalhadores e as indústrias que lhe deram origem, e a natureza, desde onde inicialmente surgiram, por vários processos de transformação. Tudo isto é favorecido pelo modo de produção pós-industrial e as novas tecnologias da comunicação e informática, que buscam principalmente a satisfação de necessidades pós-materiais centradas na experiência (INGLEHART, 2000).

Uma sociedade de consumidores não é apenas a soma total dos consumidores, mas uma totalidade. É uma sociedade que reconhece seus membros exclusivamente como consumidores; julgando e avaliando-os, principalmente por suas capacidades e suas condutas de consumo (BAUMAN, 2007). Por sua vez, na perspectiva marxista a sociedade de consumo seria aquela dominada pelos imperativos do lucro que criam necessidades falsas através da manipulação dos consumidores sem necessariamente gerar felicidade ou satisfação. Nesta perspectiva, propaganda e marketing são, portanto, mecanismos mais focados a comprar consumidores do que a venda de produtos (BARBOSA, 2004).

Contudo, a sociedade consumista globalizada, hegemônica por um modelo capitalista neoliberal, promove estilos de vida desarraigados das condições sociais e materiais que originaram seus bens e serviços, tanto para sua produção, transporte, uso, manutenção e descarte. Este consumismo, por sua vez, reproduz discursos sob preocupações, aparentemente vitais, que nada tem a ver com a sobrevivência humana, os ecossistemas, e a biosfera. Ainda, o consumismo retifica o consumo, convertendo-o num fim em si mesmo (BAUMAN, 2007). Aliando-se perigosamente com desejos ou vontades

humanos específicos, úteis para a conformação de sociedades consumistas. Neste contexto para Barbosa (2004, p. 24) “o consumo na sociedade moderna se tornou uma atividade individual, uma expressão de um dos valores máximos das sociedades individualistas, o direito de escolha”

### **Cultura do consumidor**

Barbosa (2004) em seu livro *Sociedade de Consumo* contrasta criticamente o trabalho em torno do consumo de vários autores, entre eles Mike Featherstone. Este autor destaca-se por seu trabalho sobre cultura do consumidor, identificando três grandes grupos de teorias do consumo, que associa com a pós-modernidade, a saber: a produção do consumo, os modos de consumo e o consumo de sonhos, imagens e prazeres.

O primeiro desses grupos identificados, **a produção do consumo**, entende a cultura do consumidor como uma consequência da expansão capitalista e do grande impulso trazido à produção após as revoluções industriais. Afirma que no desenvolvimento da sociedade de consumo houve uma necessidade de criar novos mercados e educar as pessoas para serem consumidores. Para isto criaram-se mecanismos de sedução e manipulação ideológicas das pessoas por meio do *marketing* e da propaganda. Estes mecanismos estão absolutamente consolidados, e cada vez mais presente em nossas vidas. Embora considerada por alguns como emancipadora por levar, em teoria, a um maior igualitarismo e liberdade individual, a cultura do consumidor é vista por outros como desintegradora e responsável pelo afastamento das pessoas de valores e tipos de relações sociais consideradas mais verdadeiras e autênticas (BARBOSA, 2004). Vivemos agora numa sociedade de consumidores. O *hábitat* natural dos consumidores é o mercado, lugar de comprar e vender. O fascínio das mercadorias e o impulso compulsivo e vicioso de comprar são as principais virtudes plantadas e cultivadas (BAUMAN, 2007).

Segundo Featherstone (BARBOSA, 2004, p.38), *marketing* e propaganda são “capazes de explorar e associar imagens de romance, aventura, exotismo, desejo, beleza, realização, progresso científico a mercadorias mundanas tais como sabão, máquinas de lavar, carros e bebidas alcoólicas”. O consumo é determinado pelos interesses das indústrias e os cidadãos são reduzidos a consumidores passivos, insensatos e manipulados pela publicidade (PORTILHO, 2010).

Na sociedade parece existir uma autonomia do significado em interpretações em relação aos produtos e bens, e sem relação ao significante. Isto torna a sociedade de consumo ou pós-moderna um universo social saturado de imagens. É uma superprodução de signos e reprodução de imagens que leva a uma perda do significado estável, podendo

levar a uma hiper-realidade das coisas. O presente se torna o tempo permanente e as imagens são unidas cacofonicamente, sem qualquer lógica histórica que as reúna numa narrativa cronológica e coerente (BARBOSA, 2004). Neste nível, a nossa sociedade é chamada por Debord (1999) de sociedade do espetáculo, já que sob todas suas formas particulares — informação ou propaganda, publicidade ou consumo, direito de diversões — o espetáculo constitui o modelo atual de vida socialmente dominante. É o núcleo do irrealismo na sociedade real. É a onipresente afirmação de uma opção já efetuada na produção, é sua consumação conseqüente. Desta maneira, a forma e o conteúdo do espetáculo são igualmente a justificação total das condições e dos fins do sistema existente.

Existe um segundo grupo proposto por Featherstone, **modos de consumo**, o qual se refere a uma lógica de consumo que sinaliza para formas socialmente estruturadas pelas quais as mercadorias são usadas para demarcar relações sociais. Fazer uso da cultura material para fins simbólicos, e utilizar objetos e mercadorias como diferenciadores ou comunicadores sociais é um processo utilizado em todas as sociedades. Neste ponto Barbosa afirma:

Os véus dos tuaregues, uma noiva indiana ou ocidental no dia da celebração do seu casamento são monumentos ao uso da cultura material para fins simbólicos, não só para utilizá-la como um sistema de comunicação, como para discriminar, excluir e/ou incluir pessoas em determinados grupos, status e contextos (BARBOSA, 2004, p. 43).

Um conhecimento maior sobre a cultura do consumidor ou a sociedade de consumo poderia ser obtido caso os mecanismos de diferenciação e comunicação social ou as estratégias de obtenção de prestígio, em relação à sociedade contemporânea, fossem comparados aos de outras sociedades, incluso no interior do largo espectro das sociedades contemporâneas. Isto possibilitaria a identificação de estratégias de uso e exposição de bens e processos de demarcação social (BARBOSA, 2004).

O terceiro grupo de teorias identificado por Featherstone, **consumo de sonhos**, imagens e prazeres; evidencia a dimensão dos prazeres emocionais associados ao consumo. Muitas vezes são sonhos que estão objetivados de forma particular em espaços físicos de consumo como *shopping centers*, parques temáticos, entre outros que geram sensações físicas e prazeres estéticos (BARBOSA, 2004). Em resumo, para Barbosa (2004) Featherstone conclui que no interior da cultura do consumidor persistem economias de prestígio e simbólicas. As primeiras demandando investimentos consideráveis de tempo, dinheiro e conhecimento para aproveitar os bens de maneira apropriada, sendo utilizados para indicar o *status* de seu usuário. As segundas, propiciando sonhos e satisfação emocional individual através de seus signos, imagens e mercadorias simbólicas.

Considerando o anteriormente dito, salienta-se que cultura do consumidor é a cultura de uma sociedade de mercado e a maioria daquilo que consumimos está sob a forma de mercadorias. Por outro lado, parece que o acesso das pessoas a estas mercadorias é consequência da distribuição de recursos materiais, dinheiro e cultura, como o gosto, estilo de vida, etc., sendo também consequência das relações de mercado, o salário e classe social (BARBOSA, 2004).

### 2.3 CONSUMO ALIMENTAR

Atualmente, considera-se que os estilos de vida são muito fluidos, as pessoas mudam de uma situação para outra facilmente, em parte porque a cultura hipermoderna é desordenada. Sugere-se, inclusive, que uma pessoa pode ter mais de um estilo. Assim, não é fácil estabelecer, metodologicamente, qual tendência teórica está ocorrendo: se massificação, se individualização, se neo-tribos, ou criação de identidades locais, porque a mesma evidência pode ser usada para explicar mais de uma posição (BAUMAN, 2007).

Dessa maneira Bauman (2007), afirma que a luta pela singularidade agora se tornou o principal motor da produção e do consumo de massa. Uma economia de consumo também é uma economia de objetos de envelhecimento rápido, obsolescência quase instantâneas e veloz rotatividade. O mercado não sobreviveria se os consumidores se apegassem às coisas. Não se pode tolerar clientes comprometidos e leais ou que apenas se mantenham numa trajetória consistente e coesa, que resista a desvios ou saídas colaterais.

O mercado sofreria um golpe mortal se o *status* dos indivíduos parecesse seguro, se suas realizações e propriedades fossem garantidas, se seus projetos se tornassem finitos, e se o fim de seus esforços por uma ascensão fosse plausível. “Os espaços públicos são locais em que os estranhos se encontram e, portanto, constituem condensações e encapsulações dos traços definidores da vida urbana” (BAUMAN, 2007, p.102).

Nesse contexto de crescimento e aceleração da vida urbana atual e a luta constante do mercado para posicionar produtos entre os consumidores, na busca por sobreviver nesta roda constante de obsolescência programada, os alimentos são os produtos de consumo que mais tem aumentado e diversificado sua oferta. Os alimentos estão cada vez mais industrializados e “novedosos”, atraindo uma massa de pessoas desejosas de consumir e experimentar o “último” que está na moda e que saiu no mercado. Mas como são feitas as condutas de escolha alimentar? Como estas refletem a cultura, a sociedade e as preferências individuais no individual?

Quando uma escolha se refere a um âmbito individual há uma manifestação de poder implícito ao ato de escolher e eleger determinado produto ou serviço. O corpo, para Bourdieu (2007), é um território de expressão de poder, que demarca espaços e os divide em categorias sociais. O indivíduo, segundo o autor, ao mesmo tempo em que incorpora, ele legitima e reproduz a estrutura social a qual pertence. O *habitus*, neste sentido, é fruto da estrutura social na qual a pessoa se desenvolveu. O gosto, dentro desta perspectiva, seria a soma de um capital econômico com um capital cultural que expressaria a posição de classe individual, representada de forma simbólica.

Por sua vez, a escolha alimentar para Marshall (1995), é um luxo que não pode ser adquirido por todos. Decisões sobre escolha alimentar passam pela distribuição, processamento, consumo e estágios de armazenamento no processo de provimento. Incluindo decisões sobre quem compra, quem cozinha, quem prepara, como come e com quem se come, entre outros.

Para Warde (1997), consumo é um conceito complexo, envolve um grande número de atividades, de bens e serviços, muitos na forma de 'não-mercadoria'. Economistas neoclássicos e muitos analistas preocupados com aspectos simbólicos do consumo, focam no pessoal, em compras pessoais no mercado. Sociólogos urbanos já examinam serviços de consumo coletivo. Para o autor, a análise da história do consumo não deve se basear apenas na questão 'quem compra o quê?', mas sim em 'quem obtém que serviços (ou bens), sob que condições são estes serviços entregues, e para qual uso são colocados?' O modo de provisão do consumo varia conforme o país, a região, a classe, o gênero e a geração. São influenciados não apenas pelo que se compra e pelo preço, mas também pelos arranjos familiares, pela política governamental, pela organização comunitária e pelo conflito industrial. Atividades e itens envolvidos nas escolhas são heterogêneos, assim, o que se aplica para roupas não se aplica para alimentação.

Segundo Warde, as teorias e estudos variam quanto às explicações sobre as mudanças de consumo. Uma primeira trajetória teórica de estudos engloba a 'diversidade individual'. Nesta, as regras foram flexibilizadas e as preferências individuais liberadas de restrições de aprovação de grupos sociais, resultando em grande diversidade no comportamento de consumo, podendo inclusive não existir gosto comum. Uma segunda possibilidade sugere uma diferenciação crescente nos estilos de vida com 'segmentação de mercado e consumo de nicho'/'neo-tribos', ou seja, formação de pequenos grupos com mobilização temporária, em busca de aceitação social e busca de nova identidade. Uma terceira teoria, conforme o autor, seria a de 'massificação', que com a crescente oferta de produtos, haveria um aumento de compras, aceitas de modo passivo, com grande

uniformidade no comportamento de consumo entre culturas, citando como exemplo a Coca-Cola e o Mc Donald's.

Um último conjunto de estudos indicaria que uma 'divisão estrutural' com re-criação de identidades nacionais, regionais, étnicas, locais podem ter impacto se o consumo é usado para marcar grupos de pertencimento distintos. Assim, mudanças nas relações de gênero (autonomia das mulheres) podem implicar em diferenças entre sexos, e, ainda, gerações distintas, pessoas em estágios de vida diferentes podem desenvolver práticas coletivas de consumo distintas. De um lado, o consumo é considerado sem restrições, já que as pessoas escolhem um estilo de vida livre de biografias ou de posição social. No outro extremo, a fluidez da cultura global incorpora a todos como uma onda. No caso do consumo alimentar, as interpretações sobre o comer estão em constantes modulações, uma vez que a refeição está envolvida em um emaranhado de interpretações.

Por sua vez, a mídia vem explorando o tema da saúde associando-a ao tipo de alimento ingerido. Saúde e prazer tornaram-se os principais aspectos de atenção da população no momento da escolha do que comer (FOUILLÉ, 2005). A mídia torna-se uma referência no que diz respeito ao consumo. Uma vez que a população, na *sociedade líquido-moderna*, é marcada pela autonomia sobre o que comprar, buscar a satisfação de prazeres parece ser um desejo corriqueiro. Por outro lado, as penalidades por decisões equivocadas são também altas, o que gera uma ansiedade em realizar a opção correta quando o assunto é consumo (BAUMAN, 2007). Ser um sujeito, no contexto acima descrito, representa idealizar um projeto a ser cumprido, cuja via para torná-lo realidade decorre das condições de consumo. Isto acontece em paralelo com as desarticulações das formas de organização coletiva. Assim, ser indivíduo consiste em ser responsável pelos próprios méritos e fracassos. Sem um norte orientador, o indivíduo sai em busca das mais diversas experiências para garantir a sua individualidade (TORQUATO & BIZERRIL, 2009). Neste sentido, o medo de adoecimentos causados por uma má alimentação gera uma ansiedade nos consumidores para buscar opções mais saudáveis. A demanda por produtos orgânicos tem aumentado justo pelo interesse de minimizar tais riscos. Além disto, parece haver uma preocupação com o impacto ambiental da produção de alimentos, com a necessidade de estimular as economias locais e com a rastreabilidade destes produtos (FOUILLÉ, 2005).

O consumo depende do gosto que, nas palavras de Bourdieu (2007), se divide em duas categorias: luxo e necessidade. Quanto maior o capital intelectual maior o gosto por luxo; quanto menor o capital intelectual, maior o gosto por necessidade. Ainda que a pessoa mude de classe social, ela permanece marcada por um capital intelectual que se faz presente onde quer que esteja. Por outro lado, a distinção social baseia-se na rigidez do

gosto e da escolha culturalmente circunscritos. A “cultura híbrida” é uma manifestação onívora, não-comprometida, não-exigente, não-preconceituosa, pronta e ávida por saborear qualquer coisa que esteja sendo oferecida e a ingerir e digerir a comida (BAUMAN, 2007).

Nesse contexto Menell; Murcott; Van Otterloo (1993) realizaram uma meta-análise sobre os padrões de consumo alimentar conforme variáveis de classe, sexo e idade. Segundo os autores, um estudo realizado na Holanda e na Grã Bretanha em 1991 identificou que são as classes médias que tem maior chance de serem vegetarianas. Outro estudo de 1990 na Grã-Bretanha revelou que as famílias de classe trabalhadora têm mais chance de adquirirem produtos congelados ou enlatados em vez de vegetais frescos quando comparados à classe média.

Porém, o consumo não é uma simples manifestação de preferências individuais e o consumidor não é uma vítima passiva e manipulada pelas estratégias de *marketing*. Ao contrário, o consumidor se engaja em atividades de produção e reprodução de valores, coesão social, distinção, construção e fortalecimento de identidade, hostilidade social e afiliação social (PORTILHO, 2010). A autora atesta que se vive, em um estado de permanente pressão, para se despojar de todas as interferências coletiva, no destino e na escolha individual.

Entretanto, parece que a difusão de padrões de consumo, tão amplos a ponto de abraçar todos os aspectos e atividades da vida (inclusive o alimentar), pode ser um efeito colateral inesperado e não-planejado da marketização dos processos da vida (BAUMAN, 2007). Hoje, o mercado de consumo alimentar e de serviços é um dos maiores campos de batalha da publicidade. Atualmente, os bens de consumo prometem não se tornar intrusos, nem tediosos. Prometem estar prontos para uso imediato, oferecendo satisfação instantânea sem exigir muito treinamento nem uma demorada economia de dinheiro. Desta forma satisfazem sem demora (BAUMAN, 2007). É assim que no aumento da industrialização dos alimentos cada vez mais é possível ver produtos prontos para o consumo, congelados em embalagem prontos para serem esquentados no micro ondas e consumidos em minutos, sem quitar tempo ao trabalho e “aumentando” nosso tempo disponível para o trabalho ou outras tarefas. As mercadorias visam meramente satisfazer falsas necessidades, aumentando a dominação ideológica. “A expansão da cultura do consumo foi associada com o declínio da esfera pública, a redução da participação política e a crescente privatização da vida diária” (PORTILHO, 2010, p. 177).

Para reverter essa situação é preciso fortalecer a noção de escolha pessoal responsável ou consciente. Se considerar que o “capacitamento” (termo usado nos debates atuais como ato de se capacitar, obter capacitação) pode ser uma opção, pessoas adquirem

a capacidade de controlar, ou pelo menos influenciar as forças pessoais, políticas, econômicas e sociais, ou seja, ser capaz de fazer escolhas e atuar efetivamente sobre as escolhas feitas (BAUMAN, 2007). “Precisamos da educação ao longo da vida para termos escolhas. Mas precisamos dela ainda mais para preservar as condições que tornam essa escolha possível e a colocam ao nosso alcance” (BAUMAN, 2007, p. 167).

Enquanto isso, a agricultura industrial capitalista parece estar quase vencendo o camponês e outros modos de produção agrícola, o momento atual também espalhou o reconhecimento de seus muitos custos sociais e ecológicos. As políticas de ajustes estruturais promovidas pelo Banco Mundial e pelo Fundo Monetário Internacional (FMI), juntamente com a liberação do comércio mundial sob o auspícios da Organização Mundial de Comercio (OMC) têm sido os maiores causadores da atual crise alimentar. O suposto comércio livre do mundo é, de fato, o protecionismo dos Estados Unidos (BELLO, 2010) e da Europa. A agricultura atual é intensiva, “drogo” e “petro” dependente, de grandes extensões, deslocalizada e industrial. Uma grande faixa das terras produtivas está em poder das multinacionais da agro-alimentação, que controlam todos os passos da cadeia de comercialização dos produtos de origem afim. Isto, não é apenas um problema de acesso aos recursos naturais, mas também de modelo de produção. De fato, o abandono das políticas em favor dos pequenos agricultores e a abertura da agricultura para o mercado mundial tiveram consequências nefastas na segurança alimentar, e mais ainda durante a recente crise alimentar (GOLAY, 2010).

Só a Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico (OCDE) destina US\$400 mil milhões a cada ano a subsídios agrícolas e os governos gastam a nível global a mesma soma em subsidiar os combustíveis fósseis (UNITED NATIONS SECRETARY-GENERAL'S HIGH-LEVEL PANEL ON GLOBAL SUSTAINABILITY, 2012). A fase mais recente do desenvolvimento do sistema agroalimentar tem sido marcada pelo esforço de ingresso da OMC até o lugar mais apartado, promovendo a expansão da hegemonia da agricultura industrial por meio da institucionalização de regras de comércio livre e os direitos de propriedade intelectual monopolista favorecendo a expansão de cadeias de produção mundialmente integradas, como a de grandes produtores de insumos, grandes fazendeiros e grandes varejistas, que atendem a um mercado mundial de consumidores de elite e classe média (BELLO, 2010). Na medida que as cadeias produtivas, de distribuição e de vendas de alimentos ficam em mãos de grandes varejistas, o risco sobre a especulação dos alimentos aumenta. Esta especulação puxou os preços do mercado mundial para acima. Segundo o Banco Mundial, a especulação representou quase o 30% da subida dos preços dos alimentos entre 2007 a 2008 (GOLAY, 2010). Neste

sentido Zaoual (2003), manifesta que a mundialização de um único modelo, predatório com relação a recursos naturais e destruidor da diversidade, pode gerar de fato condições de guerra de civilizações e de culturas. Tensões deste tipo são encontradas nos campos brasileiros a cada dia, pelo avanço da fronteira agrícola extensiva e resistência da agricultura familiar.

Em contra posição a esta situação mundial, a proposta inicial do consumo verde enfatizou apenas mudanças tecnológicas de produtos e serviços e mudanças comportamentais de consumidores individuais. Logo surgiram propostas com ações coletivas e mudanças políticas e institucionais, como estratégia de CS. Esta se diferencia da anterior por privilegiar políticas públicas e ações de indivíduos e organizações voltadas para sustentabilidade ambiental e social, com pretensão transformadora. Na prática, o CS tem se transformado em um simples aparato técnico-gestionário, psicologizando e despolitizando a questão. A discussão se limita ao campo da economia, da engenharia, do *design*, dos estudos comportamentais, e no aumento da informação aos consumidores (PORTILHO, 2010).

Por sua vez, o discurso internacional sobre o CS acabou priorizando uma redução relativa no consumo de certas matérias primas em substituição de outras e na diminuição do consumo energético e não em mudanças dos padrões de produção, distribuição e consumo, dando pouca atenção aos conflitos relacionados à desigualdade ao acesso dos recursos naturais (PORTILHO, 2010). Ao final, o potencial radical da proposta de CS, bem como sua pretensão política e transformadora, depende de discussões mais amplas e colocadas na prática. O CS deve ser concebido como um projeto alternativo, englobando grupos e organizações sociais que buscam refletir sobre os valores presentes na relação sociedade-natureza.

## 2.4 A PROBLEMÁTICA DO CONSUMO NO SÉCULO XXI

O desenvolvimento da revolução industrial, a partir do século XIX, associado aos modos de produção e modelos de vida e valores consumistas próprios das classes altas, no século XX, colocaram em risco à humanidade e a própria vida no planeta. A partir daqui, é manifestada a necessidade de uma mudança paradigmática relacionada ao modo de vida contemporâneo.

Considerando os discursos políticos dos últimos anos do século passado e do início deste milênio, é possível perceber que a proteção ao meio ambiente é uma questão associada à idéia de uma forma melhor de se viver. Na virada do milênio, percebe-se que a

visão de homens e mulheres olha para trás, observam, reconstróem e descobrem graves desequilíbrios. A destruição de múltiplos ecossistemas; a poluição crescente do ar, água e solos; e as demandas daqueles que não tem acesso aos recursos nos falam de necessárias e urgentes soluções para os problemas pendentes. Neste sentido, uma reflexão resulta indispensável para continuar caminhando. Vivemos no centro de uma crise socioambiental que Attali (1982), define como uma longa e difícil reescrita que separa das formas provisionais do mundo, aquela que em parte é preciso abandonar por ter se mostrado incapaz de resolver os problemas, e esta nova visão emergente que, traz alternativas inovadoras, se orienta ao equilíbrio nas relações entre os distintos grupos sociais e da humanidade com a natureza. Esta crise ambiental faz parte de uma crise maior de caráter civilizacional em que a elevação do nível de consumo é visto como uma meta permanente, indiscutível e ilimitada. Para Buarque (1993) o consumismo teria a legitimidade de um inconsciente coletivo, que desejava uma ampliação do horizonte de liberdade coletiva, vista como apropriação que a sociedade faz da natureza e que cada consumidor faz do tempo dos produtores e dos bens e serviços.

Analisando melhor o modelo mal chamado de “desenvolvimento” vigente, topamos com outro conceito, o “desenvolvimentismo”, que inclui concepções e estratégias que, em geral, foram os roteiros das grandes políticas econômicas da segunda metade do século XX: produzir mais, consumir mais, e aceitar que mais é sempre melhor.

Porém, isso não é bem assim. Não pode existir um crescimento infinito em um mundo finito, o modelo de crescimento contínuo do capitalismo nos leva a viver em um mundo impossível, um mundo irreal. Um mundo em que a humanidade já tenha superado a capacidade da carga da terra. Já não há área suficiente de terra e mar para proporcionar os recursos que utilizamos e absorver nossos descartes (LATOUCHE, 2009). A Pegada Ecológica mostra uma tendência continuada de consumo excessivo. Em 2008, o ano mais recente com dados disponíveis, a pegada excedeu a biocapacidade da Terra, a área de terra realmente disponível para produzir recursos renováveis e absorver emissões de CO<sub>2</sub>, em mais de um 50 %. A pegada de carbono é a principal causa desta “translimitação ecológica”, termo utilizado para descrever quando, em escala global, a Pegada Ecológica é maior que a biocapacidade. A demanda cada vez maior de recursos por parte de uma população crescente põe uma enorme pressão sob a biodiversidade de nosso planeta e ameaça nossa segurança futura, a saúde e o bem-estar (WORLD WIDE FUND FOR NATURE, 2012, p. 8).

Neste sentido Buarque (1993), atesta que com a mesma velocidade com que o progresso conquistou o mundo, ocorreu o seu envelhecimento precoce, em duas décadas. É

visível o êxito do progresso na Europa Ocidental e América do Norte, como é claro que este êxito não conseguiu realizar a utopia prometida. A legitimação do progresso, na união da espiritualidade cristã e o bem-estar material da revolução industrial, demonstrou-se a fins dos anos 50, que tenderia a privilegiar o lado econômico do consumo. Por outro lado, o autor também afirma que, já no final dos anos 50 e começo dos 60, com os movimentos de contracultura principalmente, começam as críticas ao consumismo, desperdício e belicismo, que simbolizam a sociedade industrial. Destacando que:

A partir deste momento a produção desenfreada para um consumo compulsivo passou a ameaçar o equilíbrio da base natural da vida, pelo esgotamento de recursos ou pela poluição da natureza; provocou também o desequilíbrio mental de grande parcela da sociedade enlouquecida nas cidades ou no campo, desejosa de usufruir do que parece o paraíso do consumo, a qualquer custo social e ecológico (BUARQUE, 1993, p.53).

Nessa mesma linha Portilho (2010), acrescenta que durante muito tempo o poder das nações industrializadas e o controle dos principais grupos científicos, manteve uma definição estreita da problemática ambiental, até os anos 70. Ela marcava como origem principal os países em desenvolvimento, que com um grande crescimento demográfico provocariam uma grande pressão sob os recursos da terra. Já a partir da Conferência de Estocolmo surgiram as primeiras vozes que colocaram a causa da crise ambiental nas nações industrializadas.

Por outro lado a publicação *Limites do crescimento* de 1972, publicado pelo Clube de Roma (ZARAGOZA, 2009), também apontava a necessidade de limites ao crescimento populacional, ele também enfatizava a necessidades de melhoria da situação econômica dos países em desenvolvimento o que levaria, subsequentemente a um equilíbrio populacional. Defendendo também que o meio ambiente não tem que arcar os custos do desenvolvimento industrial. Porém, Cohen (2001) afirma que o relatório *Limites do Crescimento*, não faz menção ao consumo como atividade social e trata a questão material no âmbito do desenvolvimento industrial e do aumento demográfico.

Desde os primeiros alertas quanto ao crescimento populacional e os fatores de pressão sobre a natureza a partir dos anos 60, a adesão de diferentes categorias de atores sociais tem sido crescente (AMAZONAS, 2001). Neste cenário a partir das evidencias do relatório do Clube de Roma, surgiu a tese do ecodesenvolvimento que logo deu espaço ao desenvolvimento sustentável, desde o final dos anos 70 e que adquire seu impulso decisivo em 1987 com sua forma mais consolidada com o Relatório Brundtland, desenvolvido pela World Commission on Environment and Development (WCED) em 1987, trazendo o tripé crescimento econômico, ecologia e equidade social, considerando não apenas o

crescimento em diálogo com a proteção ambiental, considerando também as fortes assimetrias inter e intra países. Para Amazonas (2001), a partir daqui o desenvolvimento sustentável torna-se amplamente vitorioso, no sentido de que ele consegue construir em torno de si um amplo consenso, com uma concordância geral a seus princípios, motivações e objetivos, consenso este contra o qual raras vozes quiseram se erguer.

A consciência ambiental foi se incrementando a partir dos anos 70, principalmente, e de maneira paralela o consumo teve um aumento exponencial no final do século XX, substituindo a produção como eixo principal da atividade social no mundo, fragmentando as sociedades ditas “pós-modernas” (PORTILHO, 2010). A mudança envolve uma quantidade de novas práticas, significados e locais de consumo, pública e privada, coletiva e individual. Os padrões de consumo atuais são assim sustentados por marcos simbólicos e povos com matrizes culturais distintas, instituem seus saberes e fazeres rotineiramente a partir dos encontros entre sua lógica cultural e o mercado, afetando também sua relação com o meio ambiente. Em outras palavras, além do consumo demandado por uma população cada vez maior, estamos nos defrontando com um padrão de consumo que está sendo globalizado e que se caracteriza por ser excessivo, pressionando ainda mais os recursos naturais da Terra e os serviços ambientais hoje prestados pelos diversos ecossistemas (BESSON-GIRARD, 2005).

Preocupada com a questão ambiental, a ONU realizou uma conferência no Rio de Janeiro, em 1992, para discutir o tema, envolvendo 172 chefes de Estado. No final da conferência, foi elaborada a Agenda 21 global, que trazia uma série de pontos, visando atacar o problema ambiental (SOUZA, 2007). O primeiro grande alerta sobre a necessidade de se pensar o consumo em bases sustentáveis está expresso no Documento da Agenda 21 Global. No Documento, tanto a produção quanto o consumo mereceram capítulos específicos com detalhamento e recomendações para torná-los menos impactantes em termos sociais e ambientais (BRASIL, 2010b).

Hoje a pressão do aumento acelerado e crescente do consumo junto ao crescimento econômico se apresenta como causa de uma série de males de nossa sociedade. De fato Buarque (1993), já no início da década dos anos 90 sinalou que nos países desenvolvidos, o crescimento econômico levou a crises existenciais, ao aumento da poluição, ao consumo de drogas químicas e de drogas econômicas do consumo, a uma forma desequilibrada de produzir ecologicamente quanto à disponibilidade de recursos naturais. Por sua vez nos países em desenvolvimento, o crescimento ampliou a dependência e a desigualdade, a instabilidade em todos os níveis, além de provocar os mesmo desequilíbrios ecológicos dos países ricos. Além disto, o crescimento constante provocou uma série de degradação do

marco coletivo que provocam as atividades econômicas: barulho, contaminação do ar e d'água, destruição de sítios naturais, perturbação das zonas residenciais pela implantação de nova infraestrutura. Hoje é possível ver como o congestionamento do trânsito provoca um déficit técnico, psicológico e humano enorme, porém o excesso de equipamento e de infraestrutura necessários, os gastos suplementares de gasolina, os gastos médicos provocados pelos acidentes, tudo, é contabilizado como consumo, e apresentado como produto interno bruto e exposto muitas vezes como aumento do crescimento e da riqueza. É difícil terminar de enumerar todas as atividades produtivas e consumidoras que são só paliativos para os danos internos que criam o sistema dito de crescimento. O incremento da produtividade, uma vez que alcança certo umbral, termina por ser absorvido, devorado, por esta terapia homeopática do crescimento administrada pelo crescimento (BAUDRILLARD, 2009).

Um dos problemas fundamentais que coloca o consumo é que as pessoas se organizam em função de sua supervivência em função do sentido, individual ou coletivo, que dão às suas vidas. Este valor de “ser”, valor estrutural, pode implicar o sacrifício de valores econômicos. E este problema não é metafísico. Está no coração do consumo e podendo explicar-se da seguinte maneira: a abundância, no fundo, não adquire unicamente sentido no mal gasto (BAUDRILLARD, 2009). Neste sentido, para Baudrillard (2009), o carro é uns dos focos privilegiados do mal gasto cotidiano e ao longo prazo, privado e coletivo. Não apenas por seu valor de uso, sistematicamente reduzido, por seu coeficiente de prestígio e de estilo de vida sistematicamente reforçado, pelas sumas desmesuradas que se investem nele; também o é pelo espetacular sacrifício material e de vidas humanas que representa o acidente de carro, mediante o qual se dá, na destruição ritual de matéria e de vida, a prova de sua superabundância (prova inversa, porém muito mais eficaz, para a profunda imaginação, que a prova direta por acumulação).

No cenário apresentado à percepção do impacto ambiental dos atuais padrões de consumo e a recente emergência, junto com uma crescente centralidade desse discurso, trazem novos argumentos sobre o consumismo das sociedades ocidentais contemporâneas (PORTILHO, 2010). Se o consumo ostensivo já era questionado por produzir desigualdades, o ambientalismo mostra a existência de uma desigualdade intergeracional, já que o estilo de vida excessivo atual pode dificultar a garantia de serviços ambientais no futuro. Além disto, em nome do mercado nos empurram à perda do emprego, a precariedade laboral, a baixa de salários, a falta de proteção social, a carência de saúde pública, a desvalorização da educação pública, a insegurança, o medo e a desesperança (PORTILHO, 2010). Para Elster (1992) estas características do mercado demonstram que a sociedade de consumo

não tem sido eficiente em prover, mesmo para os que fazem parte dela, uma vida boa e digna.

Ainda mais, para tentar manter os níveis cada vez mais insanos de consumo hoje se vive fundamentalmente a crédito. Nenhuma geração passada foi tão endividada quanto a nossa. Para Bauman (2008) viver a crédito tem seus prazeres utilitários, então para que retardar a satisfação? Por que esperar se você pode saborear as alegrias futuras aqui e agora? O cartão de crédito ajuda a consumir o futuro, por antecipação, enquanto ainda resta algo para ser consumido.

É surpreendente saber que esse “viver a crédito” não fica apenas na dimensão econômica e transpassa o ecológico. Isto considerando que até 2007 um habitante médio de uma cidade dos Estados Unidos (EUA) usava para seu sustento 4,5 hectares de terra, enquanto seu correspondente indiano possui apenas 0,4 hectares. Quanto melhor a qualidade de vida, maior a “pegada ecológica” deixada no planeta. Se cada pessoa na Terra vivesse com tanto conforto quanto um cidadão da América do Norte, precisaríamos de três planetas para suprir a todos (BAUMAN, 2007). Contudo, a nossa sociedade de consumo é inviável, da maneira que ela se desenvolve hoje. Ela apresenta uma grande desigualdade no acesso a estes bens de consumo, somado a que apenas uma pequena porção da humanidade pode acessar este consumo massivo. Coloca-se uma grande pressão no sistema socioambiental sugerindo que hoje a situação é crítica.

O devir da maquinaria consumista é ainda mais trágica nos países em desenvolvimento, onde o conceito e “o sentimento de subdesenvolvimento que os países assumiram para si, com base em padrões de consumo e de comportamento vindos do exterior, carregou a submissão de estrangeiridade e barbarismo para os seus próprios povos” (BUARQUE, 1993, p.58). Estes padrões de consumo são mantidos e renovamos constantemente pela moda e o *marketing* publicitário como aliado que tenta gerar, por exemplo, nas crianças, um estado de eterna insatisfação ao estimular o desejo do novo e redefinir o precedente como lixo inútil, reproduzindo assim o ciclo do eterno desejo em que está encaixada a infância capitalista consumista. Hoje o mercado infantil se expandiu enormemente, tanto em termos de gastos diretos quanto de sua influencia nas compras feitas pelos pais (BAUMAN, 2007). “A espiritualidade pode ser um dom de nascença da criança mas foi confiscada pelos mercados de consumo e rerepresentada como um lubrificador das rodas da economia de consumo” (BAUMAN, 2007. p 151).

Por outro lado, uma sociedade consumista é também uma sociedade “sonâmbula tecnológica” (WINNER & BUSTAMANTE 2008). Isto situa às tecnologias na sociedade, como práticas fora de críticas, vistas baixo o prisma do uso inócuo, não estruturante, sem

problemática para seu usuário. Mas pelo contrário, Winner & Bustamante afirmam que:

...se as tecnologias se assumem como “formas de vida”, estas se reconhecem capazes de remodelar não apenas o consumo, senão também a produção, gestão e implementação das coisas, além de seus significados e seus relatos incorporados. Assim o enigma interessante de nossos tempos “é que caminhamos sonâmbulos tranquilamente através do processo de reconstrução das condições da existência humana (WINNER & BUSTAMANTE, 2008, p. 43)

Contudo se acredita que “a polarização já foi longe demais para que ainda seja possível elevar a qualidade de vida da população planetária ao nível dos países mais privilegiados do Ocidente” (BAUMAN, 2007, p.39).

### **Consumo na América Latina e no Brasil**

Na América Latina e no Brasil o consumo está relacionado fortemente com a distribuição desigual de renda e as estruturas sociais que estabelecem pautas de consumo desiguais, o que repercute na reprodução da pobreza e na marginalização de amplas populações, ao mesmo tempo gera pautas de acumulação e concentração em minorias privilegiadas. “A soberania do Estado, que era vista como completa e integral, se evapora para o domínio superior das forças globais fugindo da lealdade e do compromisso territoriais” (BAUMAN, 2007, p.62).

Isso se traduz na demanda excessiva e estilos de vida insustentáveis nos segmentos mais ricos, que colocam pressões imensas ao meio ambiente. Entretanto, os segmentos mais pobres não conseguem satisfazer suas necessidades de alimentos, saúde, vivenda e educação. A transformação das modalidades de consumo exige uma estratégia de objetivos múltiplos centrados na demanda, satisfação das necessidades básicas dos pobres e na redução do abuso de recursos finitos no processo de produção (ONU, 1992)

Como afirma Campbell (1998), a questão na sociedade contemporânea não é porquê a gente consome?, senão porquê as pessoas consomem da maneira como o fazem? Este foco remete à discussão de quais são os estilos de vida promovidos pela sociedade de consumo atual, quais são os resistidos pelos setores alternativos, e quais os demandados por cidadãos carentes.

Um informe divulgado no início de 2012 pelo Painel de Alto Nível sobre Sustentabilidade Global da ONU (2012) sinaliza que os atuais padrões de consumo, fundamentalmente no ocidente, não são sustentáveis e chegou a hora de uma mudança radical na direção da economia. O organismo afirma que o atual modelo econômico, está

nos levando, de fato, a atingir os limites dos recursos naturais e dos sistemas ecológicos que fazem possível a vida a nível planetário. O informe adverte que em 2030, a demanda global de alimentos terá aumentado em 50%, a de energia em 45% e a de água em 30%. Inclui também 56 recomendações concretas a serem implementadas com implicações profundas para a humanidade. Entre todas, se destaca a importância da melhora da saúde, da educação, e a eliminação gradual de subsídios aos combustíveis fósseis e a grande agroindústria, que tem um efeito nefasto no meio ambiente. Por último se faz necessária a implementação de outros indicadores de rendimento econômicos, que com apoio da ONU e dos governos, medem além do Produto Interno Bruto (PIB), adverte o painel.

Acrescenta ainda que a atual crise financeira foi causada em parte por regras de mercado que alentam a mentalidade de curto prazo e não premiam os investimentos sustentáveis. Fazendo uma recomendação para que os governos mudem a regulação do mercado financeiro, de maneira que se promova massivamente investimentos mais estáveis e sustentáveis. Um dos temas centrais do informe é a necessidade de melhorar os níveis de equidade. O documento mostra que, ainda que os índices de pobreza a nível global diminuíram, tanto o número de pessoas com fome como a desigualdade na distribuição da riqueza aumentaram.

O acesso a água potável tem melhorado, mas pelo menos 2.600 milhões de pessoas no mundo não possuem sistemas de saneamento aceitáveis. O informe sinaliza ainda que devem ser trabalhadas novas metas para o acesso universal à energias sustentáveis para 2030 e à Internet de banda larga em 2025. Propõe-se ainda a criação de um "fundo global para educação", que permita cumprir as atuais Metas de Desenvolvimento do Milênio de lograr acesso universal à educação primária em 2015 e à educação secundária em 2030. Na questão de melhorar a escolha para o consumidor todos os produtos devem levar em suas etiquetas informação sobre seu impacto ambiental, para fazer possível que os consumidores tomem decisões baseadas em dados reais. Estas metas devem incorporar-se num novo conjunto de Metas de desenvolvimento sustentável nos próximos anos, afirma o painel.

Uma questão central é trabalhar nas formas possíveis para levar adiante a implementação de bens e serviços mais eficientes e menos poluidores, que permita, desta maneira, mudar os atuais padrões de consumo para um nível mais sustentável. Ao mesmo tempo deve-se trabalhar na redução dos níveis de consumo de bens e serviços, principalmente daqueles prescindíveis poluidores e de alto consumo energético. Aparentemente hoje as condições e os consensos políticos apontam para a promoção cada vez maior de estilos de vida e de consumo mais sustentáveis visando uma mudança

nos padrões de consumo, mais que uma simples diminuição do consumo. Porém, ambos os problemas precisam ser atendidos.

O que se necessita não é de uma visão conservacionista, que proponha superar o antropocentrismo, mas de uma visão que leve o antropocentrismo a modéstia de uma espécie que sabe que seu poder é limitado, e cuja sobrevivência e projeto civilizatório dependem da base natural da Mãe-Terra (BUARQUE, 1993). E aqui que está o grande problema, o grande desafio a ser superado, deixarmos o “eu” e passarmos a utilizar e a viver um pouco mais o “nós” em nossas vidas, incorporando todos os seres. Este mesmo excesso do eu ajuda a fragmentar a visão do mundo, fraciona os problemas e unidimensionaliza o multidimensional. Quando mais problemas se tornam multidimensionais, maior a incapacidade de pensar sua multidimensionalidade, ou seja, quando mais a crise progride, mais progride a incapacidade de pensar a crise. Ao final, uma inteligência incapaz de perceber o contexto e o sistema como um todo, fica cega, inconsciente e irresponsável (MORIN, 2000).

## 2.5 CONSUMO SUSTENTÁVEL

O consumo sustentável (CS) nasce da noção de um consumo como parte inerente ao homem, que lhe permite satisfazer suas necessidades e se desenvolver como tal. Nesta nova perspectiva, o conceito de CS, como contraposição ao consumismo, é um dos principais pilares (REUSSWIG; LOTZE-CAMPEN; GERLINGER, 2004). Ele é entendido como um conjunto de ações que buscam encontrar soluções viáveis aos desequilíbrios socioambientais por meio de uma conduta mais responsável. Especificamente o CS está relacionado com a produção e distribuição, uso e descarte de produtos e serviços, promovendo a discussão sob seus ciclos de vida. Tudo isto tendo como objeto assegurar que se satisfaçam as necessidades básicas da comunidade global e, ao mesmo tempo, se tenha uma redução dos excessos, evitando um maior dano ambiental (UNESCO & PNUMA, 2002, p. 6).

No Brasil o CS, a nível oficial no Plano Nacional de Produção e Consumo Sustentável (PPCS), é considerado como aquele que demanda produtos e serviços, para atender as necessidades humanas (alimento, abrigo, vestuário, lazer, mobilidade), considerando a redução ao máximo dos impactos ambientais em todo o ciclo de vida e mantendo-se dentro da capacidade de suporte dos ecossistemas (BRASIL, 2010b).

Nesse conceito expressa-se claramente que não se trata só de consumir menos, mas sim de consumir de maneira diferente, racional e eficiente. Em muitos casos o que se

precisa é redistribuir a oportunidade de consumir, considerando que uma grande parcela de pessoas no mundo precisa consumir mais, apenas para sobreviver. Outros muitos deveriam fazer escolhas mais responsáveis. Afinal, isto significaria uma diminuição no uso dos recursos, uma diminuição na geração de emissões contaminantes, e se cobririam as necessidades da população mundial (PUJADAS *et al.*, 2009). Os padrões insustentáveis de consumo têm sido objeto de debate em vários encontros da ONU, chegando a algumas conclusões na relação entre desenvolvimento e CS. A Agenda 21 aborda os problemas atuais e pretende preparar o mundo para os desafios deste século. Ela está dividida em vários objetivos a serem alcançados a nível global e local. O capítulo quatro, especificamente, trata da evolução das modalidades de consumo. Neste capítulo figuram duas grandes áreas: a questão da insustentabilidade da produção e do consumo atual, e a elaboração das políticas e estratégias nacionais para fomentar a transformação das maneiras insustentáveis de consumo (ONU, 1992).

Na questão da insustentabilidade de produção e consumo as bases para a ação destacam que:

- 1) A pobreza provoca certos tipos de tensão ambiental. As principais causas da deterioração do meio ambiente global são os níveis insustentáveis de consumo e produção, principalmente dos países industrializados, e este fato agrava a pobreza e os desequilíbrios. Logo, para o desenvolvimento de medidas adaptadas ao contexto internacional para a preservação do meio ambiente devem considerar-se os desequilíbrios no consumo e na produção existentes;
- 2) Deve-se dar atenção ainda ao fato da pressão que o consumo excessivo coloca sobre os recursos naturais visando o uso eficiente destes, reduzindo ao mínimo o esgotamento dos recursos naturais e reduzindo a poluição. Os conceitos tradicionais de crescimento econômico estão sendo questionados, e é preciso estabelecer objetivos econômicos considerando o valor dos bens e serviços que a natureza nos fornece.

Da mesma maneira é preciso saber mais da função do consumo em relação ao crescimento econômico e a demografia com objetivo de melhorar a coerência das políticas internacionais e locais (ONU, 1992). Na questão de estratégias nacionais para fomentar a transformação das maneiras insustentáveis de consumo, o organismo internacional coloca dois pontos fundamentais:

Primeiro, que para alcançar os objetivos de qualidade ambiental e desenvolvimento sustentável se requererá tanto da eficiência nos processos de produção, como das mudanças nos padrões de consumo. Em muitas instâncias, isto implicará em uma reorientação nos processos de produção atuais e nos padrões de consumo, visando à

otimização dos recursos e a redução de desperdícios. Um segundo ponto fundamental diz respeito à possibilidade de obter progressos mediante o fortalecimento das tendências e orientações positivas que estão surgindo, com o objetivo de mudar de maneira significativa as modalidades de consumo da indústria, dos governos, e das famílias (ONU, 1992).

Muitas vezes o indivíduo é obrigado a consumir produtos que usam embalagens descartáveis, a alimentar-se com frutas e verduras cultivadas com agrotóxicos, a privilegiar o uso do transporte individual, apesar do engarrafamento, a aceitar a existência de lixões no seu bairro; a desenvolver atividades com alto custo energético, a adquirir bens com obsolescência programada, entre outras condutas, que inclusive podem ser práticas repudiadas pessoalmente, mas que muitas vezes são impostas pelo próprio sistema. De acordo com esta visão, são as decisões tomadas fora do alcance do cidadão comum, envolvendo aspectos econômicos, políticos, sociais e culturais, que induzem muitas das condutas individuais que podem ter graves consequências e provocar danos ambientais (LOUREIRO; LAYARARGUES; CASTRO, 2009).

Não haverá desenvolvimento sustentável pela simples mudança dos modos de produção e consumo se persistir a mesma maneira de olhar e tratar à natureza, ou seja, apenas como recurso, já que estas mudanças não são factíveis se não se realizam alterações, ao mesmo tempo, nos níveis ecológico, econômico e sociocultural. Os modelos culturais, que incluem estilos de vida e padrões de consumo, devem ser transformados num processo interativo com a procura de novas tecnologias afins e harmoniosas com os ecossistemas. O sistema atual de produção e consumo aparece como um obstáculo importante para atingir os níveis propostos de eficiência, isto porque, o sistema econômico atual não considera muitas vezes os fatores sociais, éticos e ambientais do consumo e da produção. Hoje o conceito e a maneira de desenvolver o CS faz parte de um campo em construção. Explicitar os termos usados, definir as dimensões e o alcance, é tarefa dos distintos organismos e investigadores. É este um dos seus grandes desafios.

Um estudo profundo sobre CS deve considerar não apenas uma definição conceitual. Junto a isso, precisa-se analisar as dimensões e os aspectos que dela fazem parte. É preciso abrir o olhar para uma visão, simultaneamente, econômica e social.

Para Pujadas *et al.* (2009), é possível entender CS a partir de três enfoques principais: enfoque ecológico, enfoque econômico e enfoque social. Esta análise multidisciplinar aporta uma visão diferenciada à perspectiva puramente ecológica da maioria dos estudos sobre CS.

Proclama-se a necessidade de um **enfoque ecológico** para a mudança dos padrões atuais de consumo, visando diminuir e, inclusive, recuperar parte da deterioração ambiental

presente em nosso planeta como consequência evidente dos padrões insustentáveis de produção e consumo. Os autores (Pujadas *et al.*) atestam que muitos governos têm aplicado incentivos econômicos e regulatórios, como impostos ambientais, aplicação do princípio poluidor-pagador, ou ações voluntárias de conduta, entre outros. As empresas, por sua parte, introduzem processos de produção menos contaminantes e mais eficientes desde o ponto de vista ecológico, reduzindo a poluição e outros efeitos ambientais mediante o desenho do envasado e do etiquetado ecologicamente correto. Por outro lado, cada vez são mais numerosos os que praticam a separação dos resíduos sólidos. Existe mesmo a disposição, em alguns locais, de pagar mais por produtos orgânicos menos prejudiciais para o meio ambiente.

Nesse âmbito, olhando o consumo a partir do **enfoque econômico**, podemos considerar que este é o principal motor do crescimento no mundo. O problema está em achar o equilíbrio entre um desenvolvimento econômico que permita cobrir as necessidades humanas e, ao mesmo tempo, preservar o entorno natural e assegurar a distribuição equitativa dos recursos mundiais. Para isso é preciso introduzir mudanças de grande envergadura para melhorar a eficiência da utilização de recursos, principalmente por meio de iniciativas tendentes a promover o consumo e a produção sustentável. A teoria econômica convencional neoclássica desenvolveu diferentes abordagens para estes problemas. Porém, observa-se que seus objetivos são o mesmo: a superação dos obstáculos ao crescimento que a questão ambiental coloca em debate. Conformando a chamada *Economia Ambiental*, um elemento econômico importante para um uso sustentável dos recursos naturais, segundo a visão neoclássica, é a valoração ambiental, que reconhece o fato de que os elementos ambientais possuem valores econômicos, uma vez que estes fornecem os insumos físicos que movimentam a economia, recebem os rejeitos de seu funcionamento e que a exaustão de recursos e/ou excesso de rejeitos podem significar danos econômicos às gerações futuras. Neste particular, a valoração ambiental monetária da teoria neoclássica faz-se francamente hegemônica, ocupando os espaços de tal forma a ser por muitos entendida como única. Por sua vez, esta valoração monetária é o aspecto da Economia Ambiental Neoclássica que mais a faz sujeita a críticas, por parte de seus opositores (AMAZONAS, 2001, 2002).

Os dois grandes aportes da valoração ambiental caminha através de dois conceitos, a *Economia da Poluição* e a *Economia dos Recursos Naturais*, que dividiu o problema ambiental em dois grandes âmbitos, desenvolvendo-se tratamentos teóricos diferenciados. A *Economia da Poluição* trata os recursos ambientais em seu papel de receptor de rejeitos, *outputs* do funcionamento do sistema econômico. Baseada na *Welfare Economics*

desenvolvida a partir de Pigou (1920), esta abordagem consiste na determinação, em termos de valores monetários, dos custos sociais da degradação ambiental, as denominadas *externalidades* a serem internalizadas nos custos privados do agente poluidor, resultando em uma situação de "ótimo social".

Um dos conceitos mais importantes e utilizados hoje nessa linha é o princípio do poluidor-pagador que, por meio de instrumentos econômicos, como multas e taxas ambientais, visa responsabilizar o agente poluidor pelos danos causados aos bens públicos e/ou custos sociais, resultante de uma atividade desenvolvida pelo agente. A função de fiscalizador do Estado nesta ferramenta da economia ambiental é muito importante já que cobre um espaço em que a "autoregulação do mercado" não atua, sendo considerado uma "falha de mercado".

As principais limitações deste tipo de valoração estão na complexidade dos efeitos da poluição, que muitas vezes repercutem de maneira sistêmica a nível socioambiental. Assim, também existem muitos tipos de poluentes tóxicos que em baixas quantidades não têm um dano perceptível até alcançar um patamar suficientemente alto, que é quando o dano é praticamente irreversível a nível ambiental. Isto mostra que a internalização dos custos sociais de uma poluição são uma fração pequena da problemática, e que apenas uma ação econômica não é suficiente neste sentido. Em outra linha a *Economia dos Recursos Naturais* trata os recursos ambientais como insumos ou matérias-primas, que são *inputs* para o funcionamento do sistema econômico. Baseada na formulação de Hotelling de 1931, esta abordagem consiste na otimização intertemporal do uso dos estoques de recursos naturais pelo desconto de seus valores futuros (AMAZONAS, 2001, 2002). A proposta presume a eterna substituição dos recursos naturais, com uma confiança cega no avanço da tecnologia como ferramenta de solução dos problemas da humanidade.

A compreensão da natureza basicamente como *inputs* de matérias primas ou como depositário de *outputs* poluentes, poderia em princípio parecer inadequada, uma vez que a extração dos recursos ambientais para sua utilização como *inputs* econômicos, também pode corresponder a custos sociais, especialmente às gerações futuras, ao passo que a degradação dos recursos ambientais devido a *outputs* econômicos indesejáveis, também possui uma natureza dinâmica intertemporal (AMAZONAS, 2001, 2002). Em definitivo, a Economia Neoclássica traz contribuições interessantes para melhorar ou superar a problemática ambiental e apoiar uma produção e consumo mais sustentável, porém são propostas limitadas, com ferramentas simplificadas, que trabalham sobre uma pequena parcela da questão, deixando de lado problemas éticos e a superação do modelo de crescimento ilimitado que conduz ao desequilíbrio ecológico e social.

Por fim, existem também os chamados subsídios ambientais, que é o dinheiro que os governos arrecadam dos impostos ambientais que deveria ser utilizado para subsidiar aquelas empresas ecologicamente corretas, além de incentivar os produtos sustentáveis. Isto seria um sinal à demanda para o aumento de consumo destes bens sustentáveis, com incentivo nas unidades produtivas para que inovem em processos produtivos poupadores de recursos não renováveis (PUJADAS *et al.*, 2009).

Podemos visualizar, então, que a noção de CS abraça distintas dimensões. Dentro destas, a dimensão econômica e a ambiental foram analisadas em maior profundidade pelos organismos internacionais e governos. Para eles, o CS não vai muito além de propor medidas ou soluções ambientais ou econômicas, que permita melhorar o acesso aos bens de consumo. Neste âmbito pouco se tem aprofundado sob um **enfoque social**. Os hábitos de consumo de pessoas e famílias são motivados por uma série de fatores ou critérios, alguns dos quais são de interesse pessoal como preço, qualidade, preferências individuais, e outros são motivos sociais como cultura, identidade, contexto social, preocupações ambientais e sociais, entre outros. Ou seja, os aspectos sociais são um dos principais determinantes dos padrões de consumo. Por sua vez, os padrões insustentáveis de consumo geram impactos sociais, além de econômicos e ambientais.

Por outra parte, o CS não deve ser praticado apenas por pessoas individuais, é necessário que a sociedade adote padrões sustentáveis de consumo, para que a mudança seja factível. Não é a riqueza, a condição para o desenvolvimento humano, mas sim o seu uso. Em função desta riqueza o consumismo traz as seguintes consequências: distorce os vínculos sociais, aumenta a desigualdade entre as pessoas, quebra a confiança no outro e aprofunda os sentimentos de medo e insegurança. Esta sociedade de consumidores promete felicidade terrenas aqui e agora, instantânea e perpétua, mas essa felicidade, que se lograria ao satisfazer necessidades pelo consumo, tem um limite. Ultrapassado este patamar o consumidor não consegue mais achar a sua felicidade, surgindo nele sentimentos anti-sociais, inconformismo, insegurança, infelicidade, depressão, estresse e consumo acelerado (BAUMAN, 2007). Adquirir bens deveria deixar de ser o objeto central das propagandas televisivas, dos projetos pessoais e familiares e das relações entre as pessoas. Desta maneira, seria possível vencer as desigualdades econômicas e sociais, acabando com a mentalidade individualista e o consumismo.

No âmbito do poder político dos Estados, das grandes empresas e das organizações internacionais, pouco se fala de mudanças sociais para se alcançar o CS. Não apenas porque é muito difícil encontrar instrumentos eficazes para esta mudança, mas também porque quem tem o poder de decisão, forma parte da mesma sociedade consumista. O

discurso do CS inclui uma dimensão de responsabilidade social, de ética social e ecológica (GOULET, 1990). Mas, não significa que seja a solução para todos os males e tensões sociais. No máximo pode, ser um caminho para abandonar o consumismo e suas consequências danosas (PUJADAS *et al.*, 2009).

Dessa maneira, o CS é um conceito “guarda-chuva que” reúne um conjunto de fatores como satisfação de necessidades, melhoria na qualidade de vida, evolução na eficiência dos recursos, incremento do uso de recursos energéticos renováveis, redução de desperdícios, adoção de uma perspectiva responsável do ciclo de vida, e consideração pela dimensão de equidade. Incorporar estas ideias é fundamental para satisfazer as necessidades básicas da vida, e as aspirações de melhoria das atuais gerações nas questões ambientais e de saúde humana.

Quem estimula o CS é o consumidor consciente ou "verde". Chamado assim por ser mais consciente no ato de comprar ou usar produtos com a possibilidade de colaborar com o planeta. O "consumidor verde" sabe que se recusando a comprar determinados produtos pode desestimular a produção de artigos nocivos. Por isto evita aqueles produtos que representam um risco à sua saúde ou dos outros e que sejam agressivos à natureza, na sua produção, uso ou descarte final. O consumo cuidadoso indica uma atitude de moderação das pessoas, na hora de consumir, preocupadas principalmente com o esgotamento de recursos não renováveis, e se prevenindo de possíveis consequências de uma conduta inadequada.

De maneira paralela uma discussão sempre presente é se o consumidor tem a força para mudar o mercado, ao optar por empresas e produtos verdes e deixando de comprar produtos que não são amigáveis com o meio ambiente. Esta pressão do consumidor, forçaria a oferta e assim as empresas se adaptariam numa linha mais ecológica. Mas deve se reconhecer que esta suposta preocupação ecológica tem um aspecto comercial e financeiro, seria portanto uma mudança de paradigma ainda regido pelo lucro e pela sobrevivência da empresa, e não por uma honesta preocupação ambiental.

Aparentemente, hoje ninguém se opõe ao desenvolvimento sustentável, mas as ações concretas para alcançar os seus objetivos muitas vezes não passam de boas intenções. Na realidade, a dependência dos detentores do poder político e econômico, que são os mais interessados na manutenção do *status quo*, implica que a promoção das mudanças com vistas à sustentabilidade, ainda vai demorar muito, e a população deverá muito esperar. A solução poderia vir da movimentação da sociedade civil organizada que na função de consumidor pode e deve de ser um agente atuante das dinâmicas atuais.

Pujadas *et al.* (2009), reafirma o até aqui afirmado, lembrando-nos que o CS implica repensar as definições das necessidades humanas e seus desejos, o que inclui os princípios de moderação e suficiência como meio de frear os desequilíbrios sociais, econômicos e ambientais e de estimular o consumo responsável. O CS se baseia no princípio da unidade da humanidade e no direito de todos a ter suas necessidades básicas satisfeitas.

### **CAPITULO 3. A NOVA CLASSE MÉDIA BRASILEIRA**

*“...quando se considera o fenômeno social, são as interações entre indivíduos que produzem a sociedade; mas a sociedade, com sua cultura, suas normas, retroage sobre os indivíduos humanos e os produz enquanto indivíduos sociais dotados de uma cultura” Edgar Morin*

#### **3.1 PANORÂMICA DE UMA HISTÓRIA RECENTE**

Nos anos 1990, o Brasil estabilizou sua economia e deslanchou um importante processo de reformas estruturais, com o forte impulso dado à privatização e à reorientação da política social. Tais mudanças ocorreram como resposta ao precedente modelo de crescimento via substituição de importações, e como consequência da aceleração da globalização. Este conjunto de transformações permitiu que milhões de brasileiros passassem a experimentar a mobilidade social em um contexto de mudanças no plano das identidades coletivas, com mudanças nas taxas ou padrões individuais de mobilidade, e alterações no próprio sistema de estratificação social. Uma parte da população deixa de ser classe "baixa" e começa a ser "média", disputando espaço com os estratos situados imediatamente acima dela - ou seja, as classes médias tradicionais. Porém, dada a extrema desigualdade no perfil brasileiro de distribuição de renda, os diversos caminhos bifurcam-se logo adiante. Por um lado, por si só a megamobilidade social implica na redução das desigualdades de renda; por outro, o risco de fracasso é alto, o que significa estagnação e, dependendo de circunstâncias macroeconômicas, até em regressão na tendência de melhora na distribuição de renda (SOUZA & LAMOUNIER, 2010).

Segundo esses últimos autores, parece estar se repetindo, em escala ampliada, os processos que levaram mais de um século atrás, ao surgimento da classe média dos países mais industrializados. Dentre os fatores que deflagraram este processo, se destacam a extraordinária prosperidade da economia mundial nos 20 anos que antecederam a crise de 2008-2009, que contribuiu para reduzir a desigualdade de renda em países como a China, Índia e Brasil e, desta forma, abriu espaço para a mobilidade social de grandes contingentes de pessoas, formando o que se tem denominado de a nova classe média, coexistindo com a

classe média tradicional. Adquirindo hábitos semelhantes, observa-se cada vez mais a presença de indivíduos e famílias provenientes da chamada nova classe média. Os três países tiveram progresso na diminuição da pobreza em seus períodos de reforma, todos em diferentes momentos. Em termos de padrões de crescimento e mudanças na distribuição de renda, China e Índia tiveram mais em comum. Ambos viveram um rápido crescimento, mas com uma manutenção das desigualdades, principalmente na China. O Brasil viu um pequeno crescimento, porém com uma diminuição da desigualdade. Existe, no entanto, algumas similitudes entre os três países nas políticas públicas que tem sido implementadas nos últimos 15 anos. Destaca-se a importância da estabilidade macroeconômica, especialmente a manutenção e controle da inflação em níveis mais baixos. Mas apresentam algumas grandes diferenças também, tais como o papel que estas políticas têm diretamente na redistribuição de renda. Olhando mais de perto, o Brasil e a Índia têm aspectos mais em comum do que o Brasil com a China. Por outro lado, cada um destes países têm algo a ensinar ao outro. Inclusive, outros países em desenvolvimento que tem menos sucesso no combate à pobreza podem aprender das fortalezas e debilidades das políticas empreendidas por estes três países (RAVALLION, 2009).

A redução da pobreza não foi uma situação restrita ao Brasil, pois houve redução, em outros países emergentes e, conseqüentemente, aumento da classe média. Existe ainda previsões de uma explosão da classe média mundial até 2030, abrangendo perto de dois bilhões de pessoas, ou 30% da população mundial. Este é definitivamente um dos fenômenos sociais e econômicos mais importantes da história recente (SOUZA & LAMOUNIER, 2010).

O Brasil é parte expressiva desse megaprocessamento de mobilidade social, mas Souza & Lamounier (2010) questionam a sustentabilidade deste gigantesco movimento de ascensão social. Eles admitem que o crescimento da classe média e de seu poder de compra ajuda a expansão do mercado consumidor, além de firmar padrões e tendências de consumo com poder de irradiação para o restante da sociedade. Este crescimento da parcela que auferir a renda média da sociedade foi de 22,8% entre 2004 e 2008, principalmente pelo aumento da oferta de empregos formais e, conseqüentemente, o aumento da renda do trabalho. Busca-se definir uma classe média num país onde as diferenças estão sendo diluídas pela difusão do consumo. Mas existe uma preocupação central para os autores - apesar de tudo isto, o crescimento econômico dos últimos anos traduziu-se em forte expansão da demanda por bens e serviços, e isto considerando que os investimentos em capital humano como plano de saúde, filhos em escolas privadas, poupança ou investimentos financeiros e previdência privada, ainda são, em boa medida, restritos à classe média, mais tradicional. Este perfil

valoriza a feição “cultural” de certas atividades de lazer, como televisão por assinatura, eventos artísticos e viagens internacionais. Assim também, telefones celulares, computadores e acesso rápido à *internet* configuram o padrão de investimentos em produtividade típico da classe média, o qual é emulado pelas famílias de classe média baixa.

Para os autores as oscilações da renda familiar geradas por empregos pouco estáveis ou atividades autônomas podem apresentar dificuldades para as faixas de renda ascendente manterem o perfil de consumo ambicionado. Endividam além do que lhes permitem os recursos de que dispõem, ampliando o risco de inadimplência. A sustentabilidade deste modelo é questionada e é indicado três pontos principais de dúvida: o aumento na distribuição de renda, que permanece como uma das piores do mundo; a realização de reformas estruturais, como a trabalhista e a tributária, sem as quais o Brasil terá dificuldade em aumentar a formalização da economia; e por último, o fato de a mobilidade recente ter dependido amplamente do consumo, e não de novos padrões de organização ou aumento no desempenho da produção.

Uma constatação imediata é que é alta a valorização da educação, por esta nova classe média Tudo leva a crer, segundo os autores, que ela ocorre em razão tanto de antigas considerações de *status*, como de fatores realistas, associadas a alta taxa de retorno e à necessidade cada vez maior da educação para o acesso a posições mais qualificadas no mercado de trabalho. As aspirações educacionais para os filhos tendem a ser altas, embora as expectativas de que eles realisticamente possam realizá-las, não o sejam necessariamente. Aparentemente, quanto menor a escolaridade dos pais, maior é a lacuna entre aspirações educacionais para os filhos e as expectativas de que eles venham a alcançá-las. Por outro lado, os estudos captaram “um sentimento generalizado” de insatisfação com o nível ou com a qualidade da educação, que atinge 40% das pessoas com curso superior; 59% com ensino médio; 63% com ensino fundamental e 69% dos semi-escolarizados. Destacam-se duas saídas que começam a ser buscadas como compensação pela má qualidade. Uma, realista, é a busca de ensino compensatório, como a educação profissional; a outra, de conotação propriamente política, é o que parece estar ocorrendo no debate relativo a cotas sociais, ou do tipo étnicas para acesso ao ensino superior (SOUZA & LAMOUNIER, 2010).

Em outra linha, é destacado que mesmo tendo um capital social superior ao das classes C, D e E, a nova classe média não mostra uma aparente capacidade de aproveitar, em seu benefício, certas sinergias há muito conhecidas nos países desenvolvidos. De fato, no Brasil o capital social reside, em larga medida, nas famílias e no restrito círculo de

amigos pessoais. Um círculo possivelmente virtuoso de relações em círculos mais amplos não funciona de maneira adequada em larga medida, devido a falta de confiança nos outros, traço cultural disseminado, e sem dúvida reforçado pela escalada da criminalidade (SOUZA & LAMOUNIER, 2010). Muitas vezes a desconfiança em relação a pessoas estende-se a grupos e organizações da sociedade civil, as instituições religiosas sendo exceções. Os autores mostram que a participação nestas organizações aumenta no sentido inverso ao do nível de renda. No entanto, a religião, como forma de sociabilidade, não parece equipar os diferentes estratos sociais na função de remodelar o sistema de valores e inibir comportamentos transgressores. Participar de organizações é uma forma de consolidar capitais sociais e enriquecer o repertório para o debate e a ação na esfera pública. Quanto maior o número de organizações de que alguém participa, maior o seu “capital social”, que se traduz em redes sociais mais extensas e mais densas, um recurso de poder da classe média. Souza & Lamounier (2010) afirmam que a “arte de associar-se” permanece em nível pouco significativo na nova classe média. A maioria dos entrevistados não participa de qualquer organização, e entre os que o fazem, a maioria limita-se a participar de uma única organização.

O quadro do Brasil que resulta das pesquisas é definido por Souza & Lamounier como um país “extraordinariamente dinâmico”, sem barreiras para o consumo, e no qual todos os indivíduos querem adotar os padrões da classe acima. Mas como vão gerar a renda necessária para sustentar tais padrões? O economista Marcelo Neri (2010), coordenador da pesquisa da Fundação Getúlio Vargas, do Rio de Janeiro, revelou o crescimento da classe média brasileira que hoje já abrange 52% da população economicamente ativa. Para isto, o autor montou dois índices para avaliar o comportamento desta nova classe média. O primeiro, aborda o potencial de consumo baseado em acesso a bens duráveis, a serviços públicos, a moradia; e o segundo sobre o lado do produtor, onde é identificado o potencial de geração de renda familiar de forma a captar a sustentabilidade das rendas percebidas através de inserção produtiva e nível educacional de diferentes membros do domicílio. Para Souza & Lamounier (2010), no entanto, há pesquisas que revelam ser alta a proporção da classe média que teme perder o padrão de vida atual alcançado, ou não ter dinheiro suficiente para se aposentar. Ver-se privado de renda pela falta de trabalho, perda do emprego ou liquidação do negócio próprio é a preocupação dominante das pessoas mais pobres. A primeira vista, dizem os autores, a nova classe média teria condições de ser agente de uma transformação na sociedade, uma vez que é alvo e vítima da escalada da transgressão.

### 3.2 HISTÓRICO

Para compreender a reorganização social recente do Brasil e do mundo, é preciso indagar um pouco sobre a história do século XX, principalmente no referente à consolidação do capitalismo e sua adaptação no país. A fase imediatamente anterior à dominação contemporânea do capitalismo financeiro é conhecida como “fordismo”. Em 1914, Henry Ford introduziu a jornada de 8 horas de trabalho e o salário diário de 5 dólares. Estava nascendo um tipo de compromisso entre os capitalistas e os trabalhadores, onde o trabalho disciplinado, hierárquico e repetitivo nas fábricas era “comprado” por bons salários, tempo para lazer e oportunidades de consumo de bens duráveis e conforto para a classe trabalhadora americana. A expansão do fordismo na direção do capitalismo europeu só seria realidade depois da segunda guerra mundial. A partir da década de 1950, temos em todos os grandes países europeus a combinação clássica do fordismo: rígido controle e disciplina de trabalho hierárquico e repetitivo, junto a bons salários e garantias sociais. Finalmente, o poder corporativo baseado na inovação tecnológica e no alto investimento em propaganda e *marketing* permitiam economia de escala e lucros crescentes com a padronização de produtos (SOUZA *et al*, 2009).

Para Souza (2010) o fordismo, no entanto, sempre teve contradições, já que os salários altos eram restritos aos setores “monopolistas”, consolidados nas grandes indústrias que se aproveitavam da economia de escala de produção padronizada e podiam pagar bons salários para trabalhadores fortemente organizados em sindicatos. Contrastam profundamente com o denominado setor chamado por alguns como “competitivo”, com acesso residual ao excedente global e incapaz de pagar os mesmos salários e as mesmas vantagens aos trabalhadores, este outro setor compondo finalmente a maioria do mercado. Todo este modelo baseado num equilíbrio precário requer para seu funcionamento, além do compromisso entre trabalhadores e capitalistas, condições especiais de trocas internacionais desiguais.

Para Souza, durante os 200 anos de hegemonia do capitalismo industrial no Ocidente, a dominação do trabalho pelo capital significou sempre custos crescentes de controle e vigilância. Logo depois surgiu a “*lean production*” ou produção flexível, nascida no Japão onde não era necessário o pessoal hierárquico para controle e disciplina do trabalho, permitindo cortes dos custos e ficando apenas com os trabalhadores produtivos. Seu objetivo principal é desenvolver operações com um custo mínimo e zero desperdício. Para isto se pretende atuar sobre as causas de variabilidade e perdas, causas da inflexibilidade para conseguir uma melhora em qualidade, custos, prazos e tempos. Mediante este modelo,

as empresas adotam uma filosofia de gestão baseada na inovação contínua para obter melhores resultados, e supõe-se desta maneira uma orientação radical à qualidade do serviço e percepção apurada do ponto de vista do cliente (ESPEJO & MOYANO, 2007).

As novas empresas de produção flexível no ocidente preferem contratar mão de obra jovem, sem passado sindical, com cláusulas explícitas de quebra de contrato em caso de greve. Este trabalhador vê na empresa, muitas vezes o lugar de produção de identidade, de autoestima e de pertencimento. Neste capitalismo de novo tipo, todo o processo produtivo fica subordinado a um ritmo próprio do capital financeiro, que quer diminuir seu tempo de giro como estratégia central do novo processo de acumulação de capital ampliada. Neste novo cenário se supera a produção em massa e passa a existir o culto ao produto desenhado para as necessidades do cliente, além de criarem novos ramos de negócios anteriormente inexistentes (SOUZA, 2010).

### **Situação no Brasil: do milagre à catástrofe**

No final da década de 70, com o fim do “milagre econômico”, instala-se paulatinamente uma crise, que teve características diversas nas duas décadas seguintes. Inicialmente na década de 80, correntemente chamada de perda, e na década de 90 marcada pela desestruturação da economia nacional e pelo aprofundamento da crise social.

Durante os anos 80 se produzem profundos mudanças na sociedade brasileira. A economia nacional cresceu apenas 17% entre 1980-1991, cada brasileiro se empobreceu em média, 0,5% ano após ano. A instabilidade econômica marcou a década, junto com o aumento do dinamismo político, a consolidação de um processo de democratização e a crescente expansão do nível de mobilização e de organização de grupos de pressão por demandas populares. Os efeitos da estagnação da ação estatal e o impacto recessivo dos diferentes planos de estabilização tiveram um impacto sobre as condições de vida dos setores mais carentes (JACOBI, 1994).

A década de 80 iniciou-se não apenas com as dificuldades da precipitação da crise, mas também com profundas esperanças de mudanças. Entre outros acontecimentos relevantes, a crise do milagre e do regime militar fortaleceu a frente democrática de oposição, na qual sobressaem as forças de centro esquerda, que disputam com a esquerda a condução das reformas econômicas e sociais que permitissem enfrentar a crise, protegendo a economia e a sociedade nacional. Contudo, as forças de oposição se revelaram mais frágeis do que a elite conservadora e seus aliados. Estes, no primeiro momento, nos anos 80, conseguem impedir aquelas reformas; e, no segundo, nos 90, conduzem o Brasil a uma inserção internacional subordinada e a um tratamento da crise

com caráter anti-nacional e anti-social. Em particular, a fragilidade da centro esquerda expôs-se mesmo antes da decisiva derrota eleitoral de 1989. Na verdade, ela se explicitou logo no início da Nova República, quando as forças reformistas foram afastadas ou isoladas e foi se consolidando o predomínio do centro conservador (QUADROS, 2003).

A última tentativa dos setores progressistas deu-se na Constituição de 1988, sob o comando de Ulysses Guimarães. Entretanto, as conquistas sociais que foram alcançadas já estavam profundamente comprometidas pelos novos arranjos políticos dominantes, que se afirmaram na eleição de 1989. Daí para frente o que se verifica no campo da centro esquerda, e também em áreas da esquerda, são focos isolados de resistência. Por outro lado, verifica-se neste período a vergonhosa justificação ideológica por parte de amplos e influentes setores intelectuais “modernos”, com amplo acesso aos meios de comunicação, que na década de 70 perfilaram na resistência democrática. Estes, com a derrota de 1989 e a queda do Muro de Berlim, terminaram por revelar seu caráter elitista, que se sobrepôs aos seus difusos e vacilantes sentimentos progressistas (QUADROS, 2003). Logo depois, a crise econômica aumenta o déficit social, junto a uma crescente perda de centralidade da política social, que atinge seu ponto culminante entre os anos 90 e 92. Aconteceu, uma radical e deliberada desarticulação e paralização dos programas sociais focados na pobreza, com posterioridade à Constituição de 1988. Esta Constituição promoveu uma descentralização fiscal através de um aumento dos recursos federais transferidos aos estados e municípios, para atuar principalmente nas áreas da saúde, bem-estar social, educação básica e desenvolvimento urbano, promovendo uma democratização do conjunto das políticas sociais (JACOBI, 1994). No âmbito econômico, para Quadros (2003) a década de 1980 pode ser dividida em dois períodos. O primeiro, que vai de 1981 a 1985, é marcado pelos eventos associados à crise da dívida externa e ao ajuste exportador, em particular pela recessão dos primeiros anos. O segundo, é justamente o período da Nova República: a experiência frustrada do Plano Cruzado - praticamente o único plano de estabilização nacional com atenção social - e a gestação do cenário vigente em 1989. Ou seja, a paralisia governamental, a estagnação da produção, a falência das finanças públicas e a hiperinflação, de um lado; e, de outro, a crescente convicção entre as forças sociais e políticas mais significativas, de que era urgente o país tomar outro rumo.

Nesse cenário, o novo espírito do capitalismo que se consolidou a partir dos anos 90 foi muito diferente, um domínio do novo capitalismo flexível e financeiro. Segundo Buarque (1993), em 1990 o Brasil tinha 120 milhões de pobres; destes, 53 milhões em nível de miséria, dos quais 20 milhões apenas vegetam na mais absoluta indigência. Isto fez do país o segundo maior bolsão de miséria de todo o mundo. Deste total, 25 milhões de crianças

estavam em condições de abandono total ou semi-abandono forçado pela pobreza das famílias. Cerca de 70 milhões de habitantes sofreram de desnutrição em diferentes graus, dos quais 30 milhões podem ser considerados como fome endêmica. A pobreza não pode ser definida de forma única e universal, contudo, pode-se afirmar que a pobreza refere-se a situações de carência em que os indivíduos não conseguem manter um padrão mínimo de vida condizente com as referências socialmente estabelecidas (BARROS; HENRIQUES; MENDONÇA, 2001)

Levando em consideração esses dados depois do breve intervalo da Gestão Itamar Franco, a década de 1990 também pode ser decomposta em dois períodos. O primeiro é da Gestão Collor que, apesar de desastrada e desastrosa, iniciou o ajuste neoliberal e promoveu uma séria recessão fustigando a empresa nacional e o Estado Brasileiro. O segundo período começa em 1994 com o Plano Real e a vitória eleitoral de Fernando Henrique Cardoso (FHC), perdurando até os dias atuais. Posteriormente, aquilo que no início era improvisação e atropelo passará a receber um tratamento altamente competente e articulado (QUADROS, 2003).

A partir daqui, o governo toma decididamente o rumo da inserção internacional subordinada, cada vez mais sendo levado ao funcionamento da economia nacional atrelada aos desígnios dos mercados financeiros internacional e nacional, que por sua vez são cada vez mais interdependentes. Seus resultados ainda estão por ser completamente avaliados, porém vários aspectos decisivos já podem ser claramente percebidos. De um lado, a desnacionalização da produção e dos serviços; as irresponsáveis privatizações para fazer caixa e o comprometimento da infraestrutura; o brutal agravamento do desemprego e da crise social, particularmente no que se refere às metrópoles e grandes cidades; de outro lado, a diminuição do Estado, cuja face mais gritante é a falência da segurança pública, a explosão da criminalidade e as profundas distorções na justiça, sem falar das intoleráveis carências nas áreas de educação, saúde e saneamento público, que provocam várias epidemias, na habitação e também nos transportes urbanos de massa, entre outros (QUADROS, 2003).

No final da década de 90, cerca de 14% da população brasileira viviam em famílias com renda inferior à linha de indigência e 34% em famílias com renda inferior à linha de pobreza. Desse modo, cerca de 22 milhões de brasileiros podiam ser considerados como indigentes e 53 milhões como pobres. Ao longo das décadas dos 80 e 90, a intensidade da pobreza manteve um comportamento de relativa estabilidade, com apenas duas pequenas contrações, concentradas nos momentos de implementação dos Planos Cruzado e Real. Esse comportamento estável, com a percentagem de pobres oscilando entre 40% e 45% da

população, apresenta flutuações associadas, sobretudo, à instável dinâmica macroeconômica do período. O grau de pobreza atingiu seus valores máximos durante a recessão do início dos anos 80, quando a percentagem de pobres em 1983 e 1984 ultrapassou a barreira dos 50%. As maiores quedas resultaram, dos impactos dos Planos Cruzado e Real, fazendo a percentagem de pobres cair abaixo dos 30% e 35%, respectivamente (BARROS; HENRIQUES; MENDONÇA, 2001).

As dificuldades da economia nacional no período discutido podem ser ilustradas pelo medíocre desempenho do PIB nacional e do PIB *per capita*. Além dos anos de 1984 - 86, marcados pela saída da recessão e pelo Plano Cruzado, apenas se salvam os anos de 1993 - 95, que também são caracterizados pela saída da recessão e pelo Plano Real. Examinando estas duas décadas de uma perspectiva bem panorâmica, verifica-se o seguinte quadro geral em relação às participações relativas: primeiro que a camada superior é aquela que apresenta o desempenho mais favorável, com uma tendência ascendente tanto na população quanto na renda; ou seja, ela vai ocupando um espaço cada vez maior na sociedade e detendo uma maior porção da renda total. Em um segundo ponto, a camada intermediária revela uma certa estabilidade em relação as demais, assim também a massa urbana é comprimida pelo avanço na população acompanhado de recuo (ou estabilização) na renda. Por fim, a massa agrícola é a única camada com retração na população, e também na renda (QUADROS, 2003).

O período de privatizações de FHC repudiava todo tipo de interesse divergente à penetração dessa nova lógica como “corporativa”. Neste sentido, o Brasil é um caso extremo de aplicação da estratégia norte-americana, pois o país submeteu-se a uma sistemática política de crescimento econômico, com abandono dos objetivos sociais. Existe nesta premissa a implícita promessa de que o progresso econômico levaria automaticamente a uma elevação do bem-estar social, com elevação do nível de saúde, de saneamento, educacional e cultural da população. Buarque reafirma isto quando fala que:

Mesmo os setores sociais tiveram suas estratégias voltadas para a realização deste projeto econômico. A saúde pública e os programas de habitação popular foram encarados mais como veículos para dinamizar o setor produtivo, do que como atividades-fins, que atenderiam os interesses sociais da população (BUARQUE, 1993, p. 67).

Nesse sentido, é fundamental nunca perder de vista o cenário mais geral de profundos impasses e problemas crescentes que marcam estas duas décadas, uma vez que as evidências empíricas não devem ser interpretadas unicamente a partir de seus próprios elementos. Para Quadros (2003) merece especial atenção o fenômeno da perda de

dinamismo na geração de oportunidades, que pela primeira vez, desde o início da década de 1930, se instala de forma mais duradoura na sociedade brasileira.

Logo na década de 1990 essa situação será brutalmente agravada com o aumento do desemprego e da precarização das condições de amplas camadas dos ocupados, o que desembocará na perda de participação na renda nacional dos rendimentos dos trabalhadores assalariados e dos autônomos, junto com o avanço das transferências ao setor financeiro de parcela expressiva dos ganhos empresariais, por força dos juros estratosféricos impostos pela política econômica.

Para Souza *et al.* (2009) a modernidade de países como o Brasil é “deficiente”, seletiva e periférica porque jamais foi realizado aqui um esforço social e político dirigido e refletido de efetiva equalização de condições sociais das classes inferiores. A inclusão das classes inferiores no Brasil foi sempre percebida, como algo que o mercado em expansão acabaria por incluir “por mágica”. Os esforços assistencialistas de ontem e de hoje, que são fundamentais, mas insuficientes, nunca tocam no ponto principal por serem iniciativas condenadas ao curto prazo. Esta é a diferença que explica efetivamente a distância social de sociedades modernas periféricas como a brasileira e sociedades modernas centrais como Alemanha, França ou Holanda.

### 3.3 CLASSE MÉDIA NO SÉCULO XXI

A classe média foi seriamente afetada pela crise dos anos 90, polarizando-a. Basta apontar rapidamente a crescente dificuldade dos setores médios em manter, cada vez mais caro, o “padrão de vida de classe média” com um mínimo de qualidade. Esta é uma questão vital uma vez que em grande medida é justamente este padrão de vida que torna seus filhos socialmente competitivos, e isto sem falar no desemprego crescente, na violência e criminalidade explosivas, e outras consequências. Para Quadros (2003) estes segmentos médios procuraram a todo custo se diferenciar da massa popular, buscando por qualquer meio permanecer entre os “de cima”. Assim, uma série de mecanismos econômicos e extra-econômicos contribuíram para reforçar os vínculos ideológicos entre estes segmentos de condições sociais bastante heterogêneas. Aparentemente, os novos consumidores não compram o que acham mais exclusivo, nem pagam mais caro por um produto da mesma qualidade. Eles não compram buscando a exclusividade, mas sim buscando a inclusão e o pertencimento.

Chama a atenção também a força que assumiu nesses segmentos intermediários a moderna ideologia dos mercados, utilitária e individualista ao extremo, ainda que esta ideologia tenha se disseminado amplamente na sociedade como um todo, com impulso

destacado dos meios de comunicação e com áreas isoladas de resistência cultural (QUADROS, 2003). Neste cenário a questão da identidade também está ligada ao colapso do estado de bem-estar social e ao posterior crescimento da sensação de insegurança, com a “corrosão de caráter” que a insegurança e a flexibilidade no local de trabalho têm provocado na sociedade (BAUMAN, 2005). Por outro lado, o desmantelamento e a desqualificação dos mecanismos existentes de regulação normativa foram considerados pelos empresários como um triunfo da liberdade sobre restrições economicamente sem sentido (BAUMAN, 2007).

Quadros (2003), tenta tornar operacional o conceito de classes sociais, em pesquisa intitulada “A evolução recente das classes sociais no Brasil”, publicada em 2003. Para isto toma como referência o tratamento proposto por W. Mills, que consiste em analisar a sociedade a partir de sua estrutura ocupacional. A partir daqui, procura-se desenvolver uma estrutura equivalente para o Brasil, levando em conta as possibilidades oferecidas pelos inquéritos domiciliares do IBGE, até esta data.

Esta forma de analisar a estrutura social diferencia-se daquela usualmente adotada em pesquisas mercadológicas e de opinião na década de 90, bem como no grosso dos trabalhos prévios de perfil acadêmico, que tomam os indivíduos e não as classes como unidade de análise. Em suas “classes” A, B, C, D, E ou em seus percentuais (os 5% ou 10% mais ricos, os 50% mais pobres), indivíduos indiferenciados são agregados por faixas de rendimentos médios. Com isto, assumem que, salvo as diferenças de renda, todos os indivíduos são iguais. Observando as necessidades mercadológicas, este enfoque preenche plenamente as condições, ou seja, ele “capta” corretamente os indivíduos como consumidores massificados e homogeneizados pela publicidade e meios de comunicação (QUADROS, 2003).

Abaixo dessas duas camadas diferenciadas encontra-se a ampla massa trabalhadora urbana (ou não agrícola), com 93 milhões de pessoas que representaram 55% da população e concentraram 32% da renda total declarada, até o ano de 2001. Ela é formada pela baixa classe média assalariada (auxiliares de escritório; balconistas e caixas; professores primários; auxiliares da saúde, entre outros) e pelos operários e demais trabalhadores populares, incluindo autônomos e empregadas domésticas. Como já foi dito, a delimitação social das camadas diferenciadas é algo bastante maleável, e esta caracterização buscou tão somente apontar suas dimensões “potenciais” do ponto de vista da cidadania, ou seja, enquanto agentes sociais de transformações (QUADROS, 2003).

No que diz respeito à estrutura social, chama-se a atenção para a dimensão que assumem na sociedade brasileira os setores diferenciados da massa popular, ou seja, os

empresários (particularmente a ampla camada de micro empresários), a alta e média classe média assalariada e autônoma, o pequeno negócio familiar urbano e uma camada superior de trabalhadores autônomos. No Brasil de 2001, estes segmentos diferenciados atingiram 31% da população, algo em torno de 53 milhões de pessoas (QUADROS, 2003).

Assim sendo, as dificuldades em aproximar os anseios da classe média aos da massa popular não decorreriam da circunstância de que os setores intermediários estariam tirando proveito ou mesmo se protegendo da crise de fins dos anos 90. De fato, parece-nos que os problemas destes segmentos extremamente heterogêneos são essencialmente os mesmos, salvo diferenças de grau; e o que os separa é a falta de unidade na compreensão da realidade e na busca de soluções (QUADROS, 2003).

### **Na senda do crescimento**

Logo depois do início do governo de Luis Inácio Lula da Silva, a economia brasileira vive uma transformação estrutural, quando o consumo das famílias passou a crescer a taxas sistematicamente superiores à expansão do PIB. Por outro lado, a conjunção positiva de níveis de emprego, renda, crédito e confiança fizeram o varejo nacional crescer acima do PIB e do consumo nos últimos anos.

Além da favorável combinação entre PIB e crescimento do salário mínimo real, outros elementos positivos estão presentes no período recente. Um deles é a acentuada formalização dos contratos de trabalho, que potencializaram os efeitos da recuperação do salário mínimo; o outro é a maturação, aprimoramento e ampliação dos programas focalizados de transferência de renda, com significativo impacto entre os mais pobres, não diretamente beneficiados pelos ganhos do piso legal. Esta conjunção de fatores se expressa numa significativa melhora da estrutura social. Entretanto, também se evidenciará que o movimento mais expressivo de ascensão teve como limite o estrato social que acabou sendo denominado de “classe C” (QUADROS, 2008). Reforçando isto, Alves (2011) destaca que o crescimento do emprego e da renda no Brasil, conjugado com a redução do desemprego e das desigualdades sociais, tem permitido a formação de um mercado de consumo de massas e o crescimento do poder de compra de parcelas cada vez maiores da população brasileira. Porém, ainda que o PIB tenha crescido a taxas mais expressivas, este crescimento resulta, sobretudo, do desempenho do setor primário exportador e de uma estrutura industrial que ao longo do período de estagnação foi fortemente penalizada pela política cambial e de juros, junto com uma abertura comercial totalmente desvinculada de efetiva política industrial. Com isto, importantes elos da cadeia produtiva foram suprimidos e substituídos por importações baratas de produtos, peças, componentes, matérias primas,

etc., reduzindo os efeitos dinâmicos no mercado de trabalho e oportunidades (QUADROS, 2008).

De fato, no primeiro trimestre de 2010 o crescimento do PIB *per capita* atingiu 8% em relação ao primeiro trimestre de 2009, ou 10,6% em relação ao último trimestre de 2009. De 2003 a 2009, a taxa de crescimento do PIB *per capita* foi em média de 2,88% ao ano, sendo superada em 1,83 % ao ano pela renda da PNAD de 4,71% ao ano. Na última PNAD a diferença quase dobra. Na China e na Índia ocorreu o oposto, ou seja, o PIB cresceu mais que o das pesquisas domiciliares. Por outro lado, a desigualdade de renda no Brasil vem caindo, fortemente, desde 2001. Entre 2001 e 2009, a renda per capita dos 10% mais ricos aumentou em 1,49% ao ano, enquanto a renda dos mais pobres cresceu a uma notável taxa de 6,79 por ano. Nos demais países do bloco BRICS (Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul), a desigualdade embora mais baixa, seguiu subindo (RAVALLION, 2009; NERI, 2010).

Nesse contexto, cerca de 29 milhões ingressaram nas fileiras da chamada nova classe média ou nova classe C entre 2003 e 2009, sendo 3.2 milhões entre as duas últimas PNADs (gráfico 1). A classe C cresceu mais em termos proporcionais do que as outras classes, chegando em 2009 a 49,9 milhões de brasileiros e correspondendo a mais da metade da população (cerca de 50,5%). Por outro lado, as classes A e B foram as que cresceram mais em termos relativos, aproximadamente 39,6% no período total de 2003 a 2009, quando 6,6 milhões foram incorporados chegando a 10,5% da população (NERI, 2010).

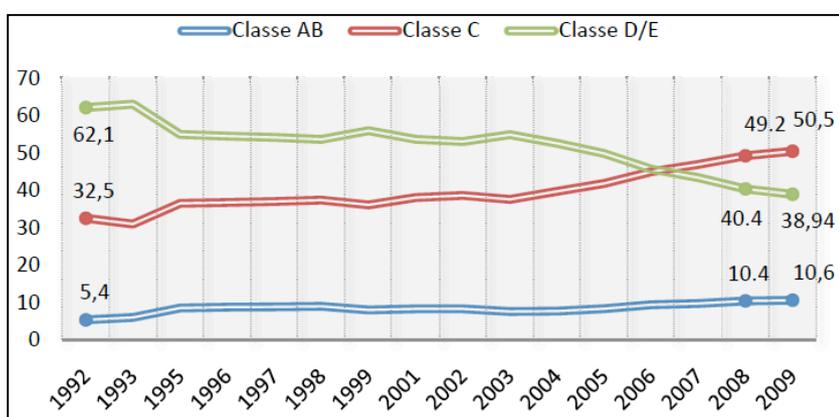


Gráfico 1 – Evolução das Classes Econômicas 1992-2009  
Fonte: Centro de Políticas Sociais da FGV a partir dos microdados da PNAD/IBGE

Houve uma aceleração do processo de mobilidade social ascendente nos últimos anos no Brasil, o que possibilitou o crescimento das classes A, B e C e uma diminuição das classes D e E. É possível ver no gráfico 2 a evolução das classes sociais de maneira mais recente e suas projeções para o futuro. As classes A e B passaram de 13 milhões de

peças, em 2003, para 20 milhões, em 2008 e devem atingir 31 milhões em 2014. Estas duas classes abrigavam 8% da população em 2003 e devem abrigar 16% em 2014. Já a classe C abarca uma mobilidade social ainda maior. Em 2003, havia 66 milhões de brasileiros na classe C, passando para 93 milhões em 2008, e deve chegar a 113 milhões em 2014. Em termos percentuais, passou de 37% em 2003 para 49% em 2008, devendo chegar a 56% em 2014 (ALVES, 2011).

Portanto, no próximo quinquênio, as classes A, B e C devem juntas abrigar 72% da população brasileira. Ao mesmo tempo as classes D e E já estão encolhendo, sendo que a maior redução acontece na classe E que abarcava 49 milhões de pessoas, sendo 28% em 2003, e deve cair para 16 milhões ou 8% em 2014. Evidentemente, este processo de ascensão social é positivo, mas o aumento do consumo médio do país reforça a Pegada Ecológica do país e tende a agravar os problemas ambientais, entre outros (ALVES, 2011).

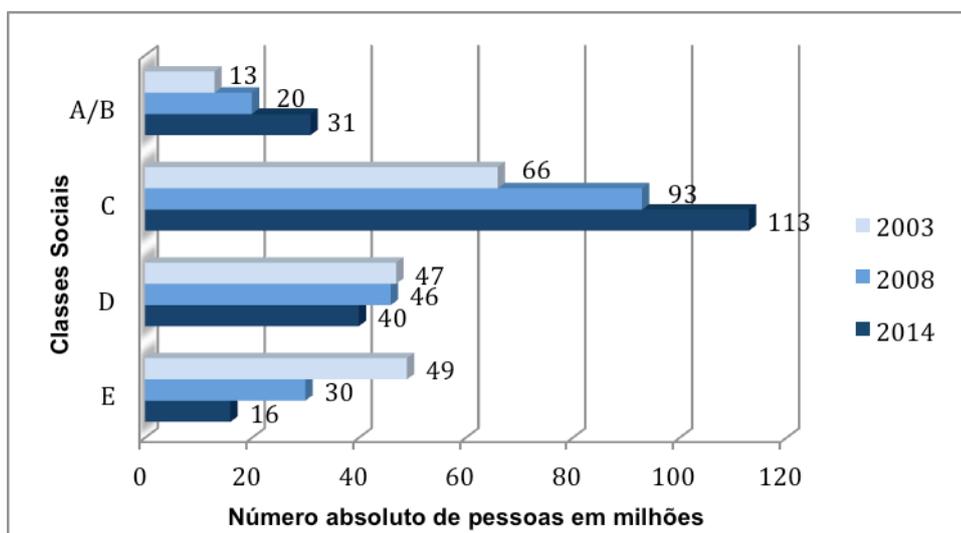


Gráfico 2 - Evolução das classes sociais no Brasil, 2003, 2008 e 2014  
 Fonte: Ministério da Fazenda 2010. Elaboração própria.

Em específico, é possível visualizar como foi a trajetória da nova classe média (gráfico 3) entre 1992 e 2009, apresentando uma escalada ascendente constante com um pequeno recuo em 1993 como produto da crise institucional do país naquela época, e um recuo em 2003 no início do governo Lula.

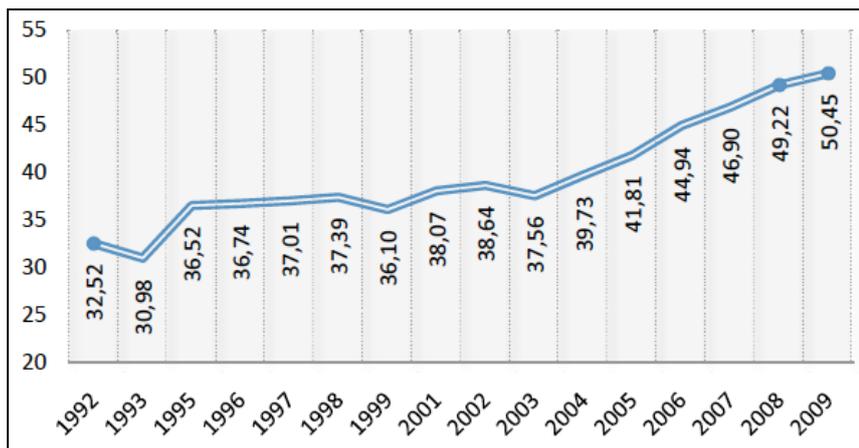


Gráfico 3 – Evolução da Classe C  
 Fonte: CPS/FGV a partir dos microdados da PNAD/IBGE

O Brasil está quase atingindo seu menor nível de desigualdade de renda desde registros iniciados em 1960 (gráfico 4). Porém, a desigualdade no Brasil ainda permanece entre as dez maiores do mundo, e levaria 30 anos no atual ritmo de crescimento para chegar a níveis dos EEUU. Isto significa que se tem muito espaço ainda para o crescimento dos pobres, que só começou a ser explorado na década passada (NERI, 2010).

Em uma recente pesquisa, Osorio *et al.* (2011), confirma que no período 2004-2009 a desigualdade na distribuição de renda entre os brasileiros, medida pelo coeficiente de Gini, diminuiu 5,6% e a renda média real subiu 28%. Esta evolução na distribuição de renda foi, em grande parte, motivada pelo crescimento econômico e a geração de empregos. Destaca-se também a contribuição das mudanças demográficas e o lento aumento da escolaridade na população adulta, mas a grande novidade foi a transformação da política social como protagonista dos processos de mudança, por meio dos aumentos reais do salário mínimo e da expansão das transferências focalizadas de renda.

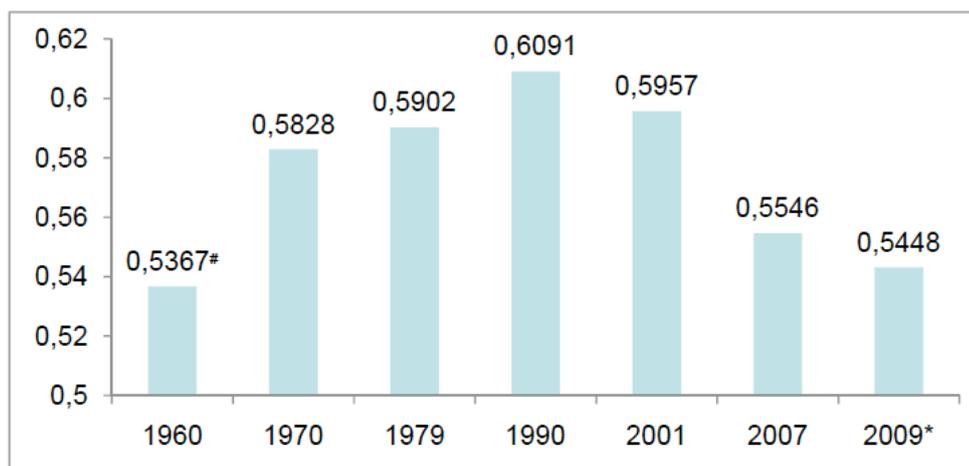


Gráfico 4 - Desigualdade Índice de Gini  
 Fonte: CPS/FGV

Assim, se destaca a subida do salário mínimo real como um dos principais fatores que aportaram à ascensão da NCM. A economia brasileira passa por uma transformação estrutural. Em valores deflacionados pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor (INPC), o salário mínimo de janeiro de 2010 foi o maior dos últimos 20 anos (gráfico 5). Este processo repercute sobre o potencial de elevação do consumo, atraindo investimentos e interesses por empresas de consumo e varejo no mercado brasileiro (BRASIL, 2010a).

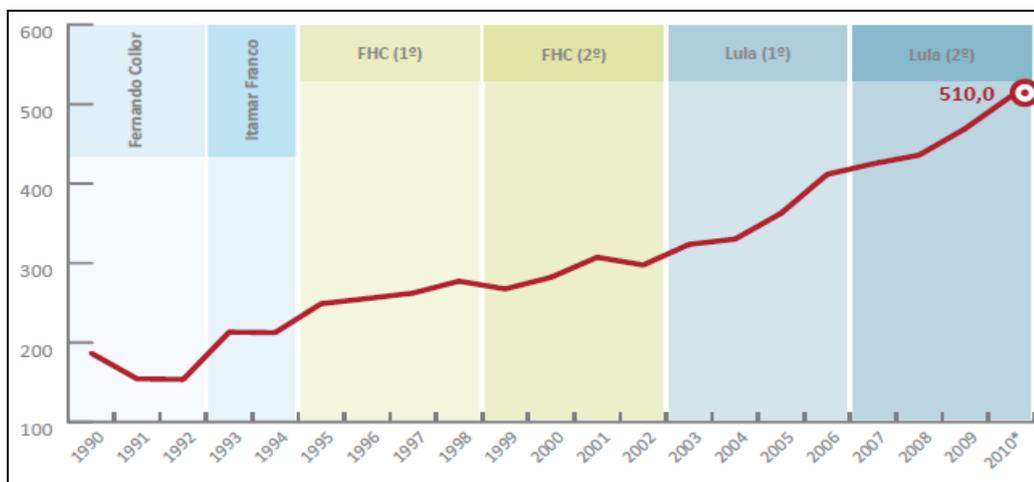


Gráfico 5 - Salário Mínimo Real (R\$)  
 Dados em: R\$, sem ajuste sazonal \* Posição de janeiro de 2010  
 Fonte: IPEA. Elaboração: Ministério da Fazenda

Da mesma maneira a estabilidade da economia levou a uma forte expansão na oferta de crédito. No gráfico 6 se mostra como as estimativas de crescimento médio de 20% nos volumes desembolsados podem elevar o estoque ao patamar recorde de 49% do PIB, e financiar o setor produtivo e o consumo em 2010. O crédito elevado juntamente com o aumento do emprego colocam o mercado interno brasileiro como o carro chefe do crescimento da economia nos próximos anos. O Brasil apresentou em 2010 uma das mais baixas taxas de comprometimento da renda domiciliar com crédito imobiliário e consumo. Ao contrário de países industriais, a dívida privada no País é muito mais direcionada para o consumo do que para a habitação (BRASIL, 2010a).

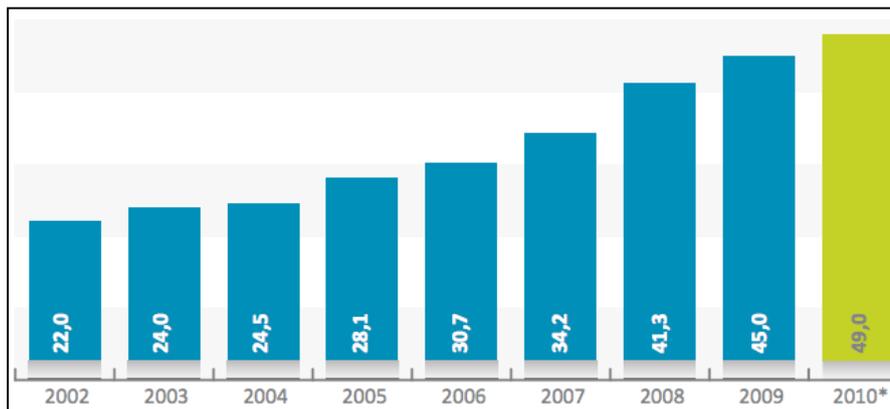


Gráfico 6 - Empréstimo do sistema financeiro (% do PIB)  
 Dados em: % do PIB (posição de dezembro de cada ano)\* estimativa Ministério da Fazenda  
 Fonte: Banco Central Elaboração: Ministério da Fazenda (BRASIL, 2010a)

O crédito no Brasil cresceu a taxas superiores a 15% a.a. nos últimos anos em ritmo compatível com o crescimento da economia. Estimou-se que em 2010 a expansão tenha se mantido em um ritmo sustentável, chegando a 49% do PIB, cujo nível de financiamento encontra-se próximo ao padrão de grande número de economias (gráfico 7), porém ainda baixo e longe do “ideal” considerando o tamanho de sua economia (BRASIL, 2010a).

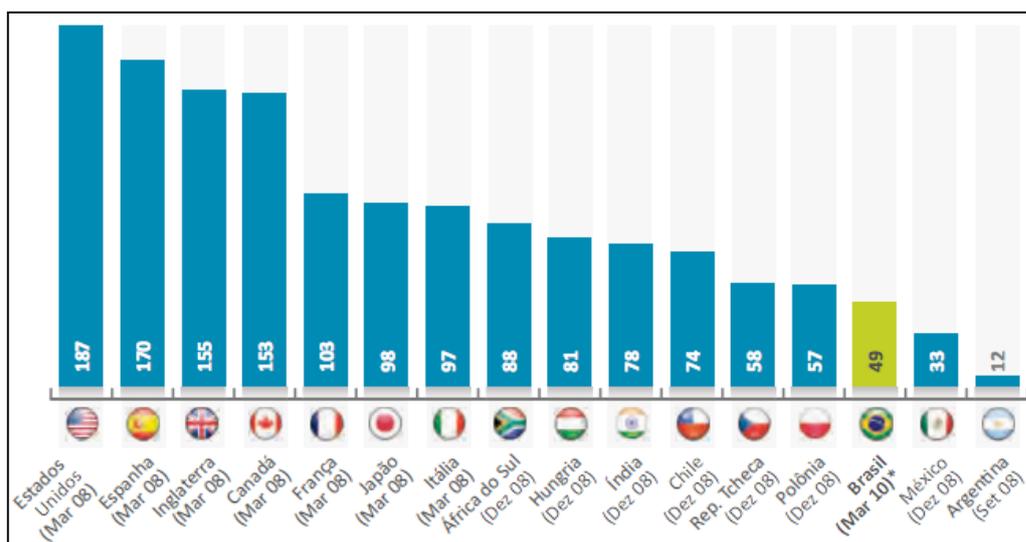


Gráfico 7 - Crédito - Países Selecionados (% do PIB) - 2008 e 2010  
 Dados em: % do PIB \* Estimativas do Governo  
 Fonte: Ecwin e Moodys Elaboração: Ministério da Fazenda (2010)

O acesso ao crédito foi uma das quatro políticas relacionadas com a queda da fecundidade no Brasil. De fato, para o autor a ampliação do consumo tem uma relação com a dinâmica demográfica, pois a redução da pobreza e o crescimento da classe média contribuem para reduzir o tamanho das famílias. Arranjos familiares menores e com menor razão de dependência, contribuem para a maior inserção da mulher no mercado de trabalho,

aumentando por consequência o poder de consumo das famílias. Existe, pois, uma dupla determinação, com o crescimento do poder de consumo das famílias contribuindo para a redução da fecundidade e o menor número de filhos (especialmente menores) colaborando para uma maior renda per capita da família.

### 3.4 CRÍTICAS AO MODELO ECONOMICISTA

Para Alves (2011) existem diversos questionamentos sobre as metodologias para definição das classes sociais a partir de um determinado padrão de consumo e renda, e as comparações internacionais são particularmente difíceis. Porém, como indicador de certa mobilidade social e de acesso ao consumo, a ampliação do mercado interno do país, na venda de bens de consumo e serviço, pode ser um indicador apropriado.

Para Souza (2010) as classes sociais não são determinadas pela renda, nem mesmo pelo lugar de produção, mas sim por uma visão de mundo prática que se mostra nos comportamentos e atitudes, ou seja, a noção de “nova classe média” para os trabalhadores brasileiros. A mesma categoria de nova classe média trata-se de uma interpretação triunfalista que pretende esconder contradições e ambivalências importantes na vida destes batalhadores brasileiros, deixando a noção de capitalismo financeiro apenas como “bom” e sem defeitos. Na verdade, se quer dá a ideia de que existe uma ampla parcela da sociedade brasileira, do novo tipo, que caminha na direção do primeiro mundo, já que passa a existir uma classe média ampla, como fatia mais numerosa da sociedade. É uma classe em constituição, fenômeno social e político novo e muito pouco compreendido. Para ajudar a compreender melhor este fenômeno social recente, o autor experimenta abordagens diferentes das empregadas nos demais estudos recentes publicados sobre o assunto e propõe uma interpretação crítica baseada em pesquisa empírica qualitativa realizada em todo o território nacional.

O surgimento no Brasil de uma segunda classe média nas últimas décadas é um dos acontecimentos mais importantes. Morena, vinda de baixo, esta classe média compõe-se de milhões de pessoas que lutam para abrir e manter pequenos empreendimentos ou para avançar dentro de empresas constituídas, pessoas que estudam à noite, que se filiam a novas igrejas e a novas associações, e que empunham uma cultura de autoajuda e de iniciativa. Quase desconhecida das elites do poder, do dinheiro e da cultura, hoje a nova classe está no imaginário popular, e representam o horizonte que a maioria de nosso povo quer seguir (SOUZA, 2010).

Nesse sentido, o processo brasileiro de modernização inclui não apenas as novas classes sociais modernas que se apropriam diferencialmente dos capitais cultural e econômico, mas também uma classe completa de indivíduos, não apenas sem capital cultural nem econômico, mas desprovida, e este é o aspecto fundamental, das condições sociais, morais e culturais que permitem esta apropriação. O fenômeno vivenciado no Brasil das últimas décadas, de ascensão de inúmeras pessoas a melhores condições de vida encontra interpretações denominando uma nova classe trabalhadora e não uma nova classe média. Isto porque não se trata apenas de ausência de “expressivismo” e, portanto, da ausência de participação na luta por distinção social a partir do consumo do “bom gosto” que caracterizam as classes superiores (SOUZA, 2010). Em definitivo:

As classes dominantes – classe média e classe alta – se definem, antes de tudo, pelo acesso aos dois capitais impessoais (econômico e cultural) que asseguram, por sua vez, todo tipo de acesso privilegiado a literalmente todos os bens (materiais ou ideais) ou recursos escassos em uma sociedade de tipo capitalista moderna (SOUZA, 2010, p. 48).

Segundo Souza (2010), a nova classe trabalhadora não participa desse jogo da distinção que caracteriza as classes alta e média, mas ela tem sim opções e gostos muito diferentes; ela é comunitária e não é individualista nas suas escolhas; fica no bairro onde tem amigos e parentes; e o principal é que ela não teve acesso privilegiado ao capital cultural, que em geral assegura os bons empregos no mercado, como na classe média. Esta classe conseguiu um espaço à custa de extraordinário esforço, à sua capacidade de resistir ao cansaço de vários empregos e turnos de trabalho, à dupla jornada na escola e no trabalho, à capacidade de poupança e de resistência ao consumo imediato, e à uma extraordinária crença em seu trabalho e em si mesmo.

Tudo isto foi possível alcançar graças ao “capital familiar”, que é esse conjunto de interligações e disposições para o comportamento desta nova classe, pois o que demonstra a ascensão social desta classe é a transmissão de exemplos e valores do trabalho duro e continuado, mesmo em condições sociais muito adversas. Com um capital econômico mínimo, e o capital cultural e escolar baixo em relação às classes superiores, média e alta, a maior parte dos trabalhadores possui uma família estruturada, com papéis familiares tradicionais atualizados. O núcleo duro deste “capital familiar”, qualquer que seja a origem social, parece se consubstanciar na transmissão efetiva de uma “ética do trabalho”. Na classe média tradicional a “ética do trabalho” é aprendida a partir da “ética do estudo” como seu prolongamento natural. Os batalhadores - classe trabalhadora na sua maioria - não tiveram o privilégio de ter vivido toda uma etapa importante de estudo. A necessidade de trabalho desde cedo paralelamente ao estudo é a única responsabilidade dos mais jovens

como na verdadeira e privilegiada classe média (SOUZA, 2010).

Por outro lado, o trabalho disciplinado e regular, muitas vezes na pequena produção familiar no campo ou na cidade, permite a percepção da vida como atividade racional que pode ser vislumbrada como progresso e mudança possível. Desta maneira, os batalhadores podem ser compreendidos como uma nova classe trabalhadora do capitalismo pós-fordista e financeiro. Ainda, a precarização do trabalho formal faz com que a aquisição de uma qualificação não seja em si garantia de integração estável no mundo do trabalho. Não significa nem uma relação com o conhecimento escolar, nem necessariamente o acesso garantido aos seus níveis superiores (SOUZA, 2010).

Nesse sentido, o que claramente diferencia essa nova classe trabalhadora do que se convencionou denominar classe média não é a questão de renda, mas sim dos modos de pensar, agir e sentir constatáveis nas vidas cotidianas que levam os membros de uma e outra classe. Assim, a classe trabalhadora ao longo de sua trajetória de vida conseguiu incorporar minimamente disposições necessárias à sobrevivência produtiva, e dentre estas disposições a resiliência no trabalho, ou seja, a capacidade de não desistir e de enfrentar jornadas extenuantes, juntamente com a prática de poupança (ainda que inconstante) (SOUZA, 2010).

Esses modos de pensar, agir e sentir fazem parte da conformação de uma identidade de classe. Para Bauman (2005) a identidade só nos é revelada como algo a ser inventado e não descoberto; como alvo de um esforço, “um objetivo”; como uma coisa que ainda se precisa construir a partir do zero ou escolher entre alternativas. Assim, quando um grande grupo de pessoas vai incorporando maneiras específicas de se desenvolver no mundo por meio do esforço e sacrifício, pode permitir aos poucos ajudar a conformar um grupo com certas características específicas identificáveis que ajudem em seu reconhecimento.

Para Pochmann (2012), as mudanças sociais, principalmente dos últimos oito anos, não resultou na criação de uma nova classe média no País. Segundo ele, os empregos gerados nos últimos anos criaram uma classe trabalhadora consumista, individualista e despolitizada. E ainda, este movimento de ascensão da classe trabalhadora, apresenta sinais de esgotamento, e agora o governo deve buscar outras maneiras de gerar emprego.

No caso brasileiro, parcelas significativas das ocupações não são mais geradas pela indústria, mas sim por serviços. São estes espaços que estão sendo utilizados pelos novos segmentos da classe trabalhadora. A classe média tradicionalmente tem uma estrutura muito diferente destes segmentos novos que surgiram no Brasil. Ela tem mais gastos com educação e com saúde. O peso da alimentação é muito menor do que o que se identifica neste segmento de renda de até 1,5 ou 2 salários mínimos mensais. Ao

mesmo tempo, a classe média poupa, não gasta tudo que ganha. De fato, nela a elevação da renda não se traduz necessariamente na elevação do consumo. Isto é basicamente porque os bens que mais têm sido dinamizados no país nos últimos anos, como eletrodomésticos, são bens que a classe média tradicional já possui. Então a classe média poupa. Esta é uma diferença estrutural com os segmentos em ascensão (POCHMANN, 2012).

Para Pochman (2012), a classe média tem ativos e patrimônio. São características difíceis de observar nestes segmentos emergentes. E são segmentos que dizem respeito à classe trabalhadora, tal como foi o padrão de expansão do Brasil nestes últimos dez anos. Seja pelo nível de rendimento, seja pelo tipo de ocupação, seja pelo perfil e atributos pessoais, o grosso da população emergente não se encaixa em critérios objetivos que possam ser claramente identificados como classe média. Em outras palavras, seriam os “remediados” da classe trabalhadora.

Para Souza, (2010) existe uma noção de estratégia considerando que uma determinada posição social implica estar inserido em um “campo de possibilidades e de impossibilidades”. A estratégia de classe não se reduz nem a uma decisão individual, nem a uma deliberação coletiva autotransparente, já que finalmente o grau de despreocupação com a “volta do passado” e a conseqüente possibilidade de se ocupar do futuro é o que demarca, na prática, as diferenças de classe na sociedade moderna. No caso da classe trabalhadora é ainda palpável a possibilidade certa de se ter um retrocesso em sua situação atual, sendo origem de sua preocupação, principalmente nas situações externas. Registre-se que esta nova classe social, foi a grande responsável pelo fortalecimento do mercado interno e pelo dinamismo econômico brasileiro da última década. É importante considerar que uma adequada interpretação desta classe ajuda a uma interpretação da própria direção do desenvolvimento do capitalismo brasileiro como um todo (SOUZA, 2010).

Critica-se fortemente a pesquisa que originou a publicação do livro “A classe média brasileira: ambições, valores e projetos de sociedade” dos autores Souza & Lamounier (2010). Apesar do título abrangente, o principal tema é a questão da “sustentabilidade” da NCM. No entanto, não reserva nenhuma surpresa e aparenta ter resultados prontos antes da pesquisa ter sido feita. Este tipo de pesquisa quantitativa com questões estereotipadas que não refletem seus pressupostos, serve principalmente para legitimar de maneira científica, as teses políticas extremamente conservadoras que objetivam naturalizar uma visão distorcida da sociedade brasileira.

Por outro lado, para Souza (2010) o resumo dos autores é pífio, já que manifesta que a sustentabilidade da “nova classe média” tem seu maior problema nos entraves de um

Estado interventor e potencialmente corrupto. A globalização<sup>2</sup> teria criado as condições de construção, apenas nos anos 90, ou seja, “coincidentemente” apenas no governo de FHC, desta nova classe afluyente. Esta classe cresceu posteriormente no governo do presidente Lula, e agora é que o estatismo ameaça a sua existência e desenvolvimento. É típico de uma ideologia sem condições de validade e de se repetir, em evidente conflito com o mundo externo. Por outro lado, embora as mudanças de origem do governo Lula tenham sido importantes, as políticas sociais aplicadas são insuficientes para uma mudança estrutural da desigualdade brasileira. Não obstante, o pouco que foi feito contra diversos setores, obteve resultados inegáveis pela decisão de se utilizar uma parte dos recursos do Estado para benefício dos setores populares. Ainda, a livre ação do mercado, como sempre, só beneficia os já privilegiados, e se diz que desenvolvimento da nova classe média corre risco por falta de “capital social”. Esta afirmação demonstra que a tese do patrimonialismo se associa, organicamente, ao racismo de classe, traço indelével, histórico e secular da legitimação dos privilégios das classes dominantes, principalmente no Brasil.

O que parece estar acontecendo hoje de fato é que no capitalismo “pós-fordista periférico” uma nova classe trabalhadora, quase sempre sob um regime de super exploração do trabalho, parece estar criando uma grande fábrica espalhada em inúmeras unidades produtivas de fundo de quintal, trabalho autônomo, pequena propriedade familiar e redes de produção coletiva. Ainda, há a percepção da existência de importantes fontes de solidariedade e de moralidade coletiva baseada em padrões religiosos. Longe da percepção de uma classe do “amoralismo familiar”, como imaginam Souza & Lamounier, estes setores da classe trabalhadora desenvolvem sistemas muito eficientes de ajuda mútua. A imaginação destes setores populares como carentes de moralidade, capacidade associativa e incapacidade de desenvolver relações de confiança mútua, o que foi chamado como capital social pelos autores acima citados, é também um caso típico de racismo de classe (SOUZA, 2010).

Um último ponto a destacar é a importância para os membros da classe trabalhadora dos projetos sociais do governo Lula. Ainda que insuficientes e incipientes, seus efeitos são sentidos amplamente nesta faixa da população. O programa Bolsa Família teve para as pessoas entrevistadas na pesquisa realizada um efeito dinamizador na economia, em muitos casos sendo o principal agente de fortalecimento econômico. Assim também, outra política elogiada são os incentivos ao microcrédito que permitiu o surgimento de pequenos empreendimentos familiares (SOUZA, 2010).

Por fim, Souza (2010) destaca que a nova classe trabalhadora apresenta uma

---

<sup>2</sup> Entendida como capitalismo financeiro.

pequena incorporação dos capitais im pessoais mais importantes da sociedade moderna, capital econômico e capital cultural – o que explica seu não pertencimento a uma classe média verdadeira - que porém desenvolve disposições para o comportamento que permitem a articulação da tríade disciplina, autocontrole e pensamento prospectivo. Esta tríade conforma à “economia emocional” necessária para um trabalho produtivo e útil no mercado competitivo capitalista. Existe de fato um exército de pessoas dispostas a trabalho duro de todo tipo como forma de ascender socialmente e ascender aos privilégios sociais que isto implica. Considerando privilégio social como o acesso indisputado e legitimado a tudo aquilo que se deseja na vida em sociedade: reconhecimento social, respeito, prestígio, glória, fama, bons carros, belas casas, viagens, roupas de grife, vinhos, mulheres bonitas, homens poderosos, amigos influentes, etc.

### **Estagnação da alta e média classe média**

Para alguns autores nem tudo o que se vê é o que parece. Quadros (2008) apresenta uma maneira diferente de visualizar os avances da classe média no Brasil. Em um trabalho intitulado “A evolução recente da estrutura social brasileira”, o autor divide a classe média em baixa classe média e média classe média. Ele manifesta que em relação às classes alta e média classe média observa-se tanto na agregação individual como na familiar uma relativa estagnação na participação. Tendo em consideração esta divisória e uma visão panorâmica como pano de fundo, pode-se dizer que as proporções dos estratos sociais estão praticamente nos mesmos níveis de 1981. Na agregação individual, as proporções em 2007 são de 5,3% na alta e 9,1% na média e em 1981 de 5,2% e 8,5%, respectivamente. Na agregação familiar de 8,2% e 13,0% em 2007 e de 8,3% e 13,2% em 1981, se utilizando neste trabalho o critério de hierarquizar as famílias pelo membro melhor remunerado, independente da renda familiar per capita. Assim sendo, quando se fala da melhora na posição de um determinado contingente de pessoas, isto significa que elas se encontram em famílias em que pelo menos um membro melhorou de posição na hierarquia social (QUADROS, 2008).

Observa-se na estratificação individual que a participação da alta classe média atinge seus níveis mínimos em 1992 e 1993, em grande medida refletindo a recessão do início da década sob o governo Collor. Recupera-se parcialmente em 1995, com o Plano Real, e atinge um novo pico em 1996, ao passo que em 1997 cai para um patamar inferior, que se mantém até 2001. Em 2002 sofre novo recuo e vai declinando até 2004, revelando pequena recuperação a partir de 2005 e em 2007 retorna ao nível de 2001. Por sua vez, a média classe média apresenta um comportamento parecido, com progressiva retração após

1996 até 2003. Em 2004 inicia-se uma leve expansão e em 2007 se aproxima da proporção de 1998. Desta forma, tanto na alta como na média classe média a recuperação de 2005 a 2007 é razoavelmente modesta em comparação com a movimentação ocorrida nas camadas inferiores (QUADROS, 2008).

Em termos gerais, o panorama de estagnação (com vários períodos de retração) no espaço social dos dois estratos melhor situados da classe média tem profundos significados. Em poucas palavras, expressa um preocupante processo de estreitamento dos canais de ascensão social, inédito na história contemporânea brasileira. Na verdade, funciona como uma barreira à mobilidade ascendente, que torna muito difícil ir além da (sofrida) baixa classe média (classe trabalhadora), ou nova classe média para este estudo. Seguramente, este desempenho tem um efeito fortemente corrosivo nas estruturas sociais, instalando e exacerbando, entre outras patologias, o mais completo “vale tudo” na luta por um “lugar ao sol”. Assim sendo, a letargia nas oportunidades de alta e média classe média não deve nos conduzir à ideia de uma relativa “pasmaceira”, muito distante da dinâmica social efetiva em que interagem de forma conflitante indivíduos que estão ascendendo, outros que lutam para manter sua posição e aqueles que estão caindo (QUADROS, 2008). Na verdade, a disputa pela conquista de oportunidades insuficientes, numa época de frágeis freios morais, parece ser mais bem caracterizada como uma verdadeira “pororoca social”, como é chamada pelo autor, com concorrência selvagem entre os segmentos envolvidos. Como pano de fundo, verifica-se um processo bastante expressivo de circulação social entre os estratos sociais.

Para Pochmann (2012), foi muito bom para o país ter gerado todos os empregos acompanhados da formalização e do aumento real do salário mínimo, tendo em vista o estoque de desempregados que se tinha no começo do século, que atingiam 12 milhões de pessoas desempregadas aproximadamente. Se o Brasil não gerasse este tipo de oportunidade, se gerasse empregos de classe média, que exigem maior escolaridade, este segmento que ascendeu não teria ascendido. Mas este movimento está apresentando sinais de esgotamento, principalmente pela falta de ampliação dos investimentos para aumentar a capacidade produtiva. E o aumento de investimento, novas fábricas, novos avanços da produção vêm acompanhados de inovação tecnológica, maior exigência de qualificação, maior demanda de trabalhadores com escolaridade, portanto maiores salários e ocupações melhores.

Em inúmeras famílias que ascenderam socialmente no período de forte expansão das oportunidades, são frequentes os casos de profissionais adultos que perderam seus postos de trabalho e que não conseguiram substituí-los por outro de igual remuneração, sofrendo um doloroso rebaixamento social. Da mesma forma, os jovens defrontam-se com

dificuldades crescentes, para conseguirem oportunidades equivalentes a de seus pais. O que termina por provocar uma perversa e desigual concorrência com os jovens dos estratos inferiores na disputa por oportunidades típicas de baixa classe média, encaradas como um mal menor ou transitório (QUADROS, 2008).

### **O comportamento diferenciado da nova (baixa) classe média**

De 1992 a 1998 o comportamento da baixa classe média acompanha aquele da alta e da média, ou seja: retração em 1992 e 1993, recuperação em 1995 com auge em 1996 e declínio até 1998. Porém, de 1999 a 2004 as duas tendências se afastam e a retração dos dois estratos superiores é acompanhada de crescimento amplo, com relativa estabilidade na baixa classe média (QUADROS, 2008).

De 2005 a 2007 a tendência se inverte e os três estratos avançam conjuntamente, indicando um movimento de mobilidade ascendente, com a participação da baixa classe média assumindo proporções destacadas na sua série específica. Neste patamar mais elevado da massa trabalhadora resulta, sobretudo, da significativa redução dos miseráveis. Aqui também se manifesta a já mencionada concentração de novas oportunidades nas faixas inferiores de remuneração, sendo o avanço conjunto da baixa classe média e da massa trabalhadora muito expressivo: passam de 50% do total de indivíduos que declaram rendimentos em 2004 para 65,5% em 2007. O comportamento relativamente mais expressivo da baixa classe média por certo reflete tanto as maiores taxas de crescimento do PIB desde 2004, como o fato de que este crescimento se realiza em condições macroeconômicas desfavoráveis às estruturas produtivas mais complexas, integradas e tecnologicamente avançadas. Por isto, e outras circunstâncias da mesma natureza, os empregos e oportunidades gerados concentram-se nas faixas de menor remuneração (QUADROS, 2008).

Essa forte expansão citada possui duplo significado para o autor. De um lado, aponta para o já mencionado baixo desempenho da economia brasileira, desfavorável aos setores industriais de conteúdo tecnológico mais sofisticado, diversificados e integrados. Entretanto, estas mesmas condições impostas ao desenvolvimento nacional beneficiam de imediato os trabalhadores da base da pirâmide, dado que as oportunidades criadas (de baixa remuneração) são relativamente mais acessíveis ao potencial de qualificação e treinamento daqueles oriundos da massa popular, além de razoavelmente recompensadoras, diante da precariedade e desemprego. E isto, inegavelmente, deve ter importante influência na conformação da opinião pública destes segmentos sociais.

Por outro lado, a dimensão conjunta dos dois estratos inferiores atinge a espantosa

marca de 70% dos indivíduos que declaram rendimentos em 1984 e de 71% em 1993, refletindo as recessões de início das duas décadas. Em 1995, mais uma vez por força do Plano Real esta participação se retrai e, salvo 1996, fica num patamar de 63 a 64% até 2001. Em 2002 verifica-se novo recrudescimento, avançando até 67% em 2004. Em 2005 volta-se ao anterior patamar dos 63% e com novos recuos em 2007 atinge a marca de 57%, o que é uma proporção bastante preocupante (QUADROS, 2008).

Um ponto não menos importante a considerar, é que o exame do desempenho regional dos grupos ocupacionais também revela taxas de crescimento dos rendimentos nos últimos anos muito acima do que seria razoável esperar diante do comportamento da economia e do mercado de trabalho. O que, reforça a compreensão de que os rendimentos declarados à PNAD devem ser tomados tão somente como uma indicação da condição social dos indivíduos entrevistados, que revela avanços e recuos ao longo do tempo, mas não fornece uma medida segura destas variações. No mesmo sentido deve estar presente uma série de restrições estatísticas da própria natureza de uma pesquisa domiciliar amostral que utiliza projeções demográficas para sua expansão. Desta maneira se recomenda uma série de cuidados ao realizar comparações intertemporais ou desagregar os dados. (QUADROS, 2008).

Esta avaliação feita pelo autor se apresenta como algo mais sóbrio, da situação e desempenho da NCM ou da baixa classe média, como é chamada por ele destoando significativamente de uma visão eufórica que tem sido muito frequente na mídia e em algumas pesquisas de mercado. Entre outras razões, entende-se que esta diferença deve-se ao fato de que elas incorporam o forte e recente ciclo de expansão do consumo, uma vez que, em geral, dimensionam os estratos sociais com base no seu perfil de consumo de produtos e serviços. Acontece que este aquecimento do consumo em grande medida decorre do forte incremento das várias modalidades de crédito pessoal, principalmente. Sendo relativamente consensual que a renda pessoal não tem crescido na mesma magnitude. Porém, é importante registrar que estas observações não pretendem diminuir o significado deste forte aumento do consumo nas condições de vida das pessoas e famílias. Trata-se apenas de uma opção metodológica, entendendo que a renda declarada reflete melhor as condições estruturais que a capacidade de consumo, mais sujeita ao fenômeno de “bolhas” que não se sustentam em longo prazo (QUADROS, 2008).

### 3.5 NOVOS DESAFIOS DE UMA NOVA REALIDADE

Toda esta mudança social tem sido objeto de pesquisas sociais, econômicas e de

mercado, assim como do interesse da imprensa e do comércio, e é um desafio às políticas públicas. Recentemente a Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República (SAE/PR), juntamente com a Secretaria de Políticas Econômicas (SPE) do Ministério da Fazenda promoveu, em Brasília, no dia 8 de agosto de 2011, o Seminário Políticas Públicas para a Nova Classe Média Brasileira.

O seminário, destinado a gestores das três esferas de governo, contou com quatro painéis de debates que trataram de questões como: valores, comportamentos, oportunidades, riscos e desenhos de políticas públicas para a nova classe média brasileira. Desses painéis participaram cientistas sociais dedicados aos temas relativos à nova classe média, dos quais vários foram discutidos neste trabalho<sup>3</sup>.

Como resultado deste encontro surgem relatórios onde são destacados as principais características que, de certa maneira, identifica esta camada social, principalmente associada a seus padrões de consumo. Como já foi dito, se reconhece que a mudança acontecida no país resulta de múltiplos fatores, da estabilização de preços às mudanças demográficas, da educação ao mercado de trabalho. Os jovens da nova classe média, mais educados e conectados, são hoje os formadores de opinião na família e na comunidade. Entre 2002 e 2010 os eleitores de nível universitário na classe C saltaram de 6 milhões para 9 milhões e serão 11 milhões em 2014.

No último quarto de século, a exemplo do que ocorreu em praticamente todos os países emergentes, houve um intenso processo de mobilidade social vertical, de caráter estrutural, em decorrência de processos econômicos poderosos, como a abertura das economias, uma fase de vigoroso crescimento da economia mundial e, no caso brasileiro, o controle da inflação e a consequente expansão do crédito.

Para os especialistas o crescimento econômico brasileiro beneficiou a todas as classes. Mas o crescimento mais dinâmico veio da "parte de baixo" da sociedade brasileira, o que mostra o efeito positivo para todos. O desafio para a transformação efetiva da "pirâmide" social, aumentando e mantendo a maioria nas camadas média, implica manter aumentos reais do salário mínimo e aprofundar a política social. É preciso destacar que o conceito de classe média não se resume ao nível de renda, simplesmente. Nesse sentido, seria "forçar a barra" chamar esse contingente expressivo, de classe média, usando apenas o critério da renda. Como vimos, as classes sociais se definem por outros critérios, como a sua forma de ver o mundo, sua cosmovisão, sua atitude perante a vida, suas memórias, sua história. E esses são fatores qualitativos, que não tem sido profundamente pesquisados.

Parece que essa chamada "nova classe média" é nova, mas não é média, pelo

---

<sup>3</sup> <http://www.sae.gov.br/novaclassemedia/> consultado em 14/04/2012

menos da maneira convencional, que desenvolvia e estimulava o esforço pessoal, que tinha um mundo amplo, tinha escolaridade tradicional na família. A nova classe média parece que está se restringindo, por enquanto, a fatores ainda referentes à situação anterior. Ela tem mais renda, mas continua essencialmente a mesma. O mundo dessas pessoas ainda é pequeno, restrito à família, ao bairro, às suas preocupações mais imediatas. É religiosamente conservadora, ainda mantém os laços religiosos provindos, na sua maioria, de igrejas evangélicas. O estudo aborda a vida dos futuros chefes de família da classe que mais cresce no país. Hoje, o sonho de muitos desses jovens não é apenas o carro zero e o celular de última geração. O diploma de Ensino Superior e o MBA tornaram-se mais importantes do que qualquer outro produto disponível no mercado. Muitos são o primeiro universitário da família. Escolhem a faculdade de grife, mas que não seja muito cara, um curso não muito exigente, mas aquele que foi possível entrar. Em geral podem não se desenvolver no ambiente universitário, mas querem ter o diploma. Ainda não viram muita efetividade em uma escolaridade maior, mas é importante para eles.

Existe ainda, uma falta de segurança nessa nova posição, embora perdendo o foco as vezes no futuro, mas mantendo os laços anteriores. Esses laços são representados pelos hábitos, pela cultura, pela religião e pelos relacionamentos comunitários do seu bairro.

Outro aspecto a considerar é o campo. O governo considera relevante a mudança de padrão na redução da desigualdade da área rural. O movimento de ascensão social no campo deve continuar no futuro próximo. Por outro lado Neri (2010), aponta que a zona rural está cumprindo a chamada "Meta do Milênio". Na redução da extrema pobreza, cuja meta prevê reduzir pela metade essa condição até 2015, o Brasil já atingiu 43% do objetivo nesses últimos seis anos. De fato a classe D, por exemplo, soma 30,2% da população rural e 23,6% dos habitantes urbanos. Portanto se tem muito espaço para avançar nessa linha, em breve uns 7,8 milhões de brasileiros do campo podem vir a fazer parte da classe média.

Finalmente Ricardo Paes de Barros, da SAE, diz que o crescimento de classe exige ajustes na economia. Trata-se de uma camada preocupada com educação, cultura, saúde e cuidados pessoais. Para atender o grupo, ele diz que é preciso diversificar os mercados nessas áreas e regular o setor de planos de saúde. Ainda segundo o subsecretário, dada a alta participação do grupo entre os brasileiros com carteira assinada (68%), seria necessário melhorar a qualidade do emprego formal. O subsecretário também afirma que parte desta camada pode ascender por meio de empreendimentos privados. Para isso merece especial atenção e apoio por parte do Estado, a capacidade de empreendimento na classe média, de forma a levar esta parcela a seguir ascendendo socialmente. Ele afirma, no entanto, que sem os devidos cuidados, a ascensão do grupo pode gerar problemas para as finanças do

país, como um endividamento alto, por crédito fácil, e que, se eles resolverem demandar produtos para os quais não há oferta, podem gerar inflação.<sup>4</sup>

Para o economista Pochman (2012), há um despreparo das instituições para lidar com esse segmento que, possivelmente, liderará o processo político brasileiro. De alguma forma, a NCM conduzirá a política brasileira. Os sindicatos, associações de bairro e partidos políticos estão observando este avanço social que não necessariamente se traduz em aumento das filiações nos sindicatos, nas associações de bairros ou nos partidos políticos. Da mesma maneira, por exemplo, houve um aumento exponencial de ingressos nas universidades e acesso a educação superior, mas não se traduziu na ampliação e reforço do movimento estudantil. Para o autor esta falta de mobilidade social demonstra, em grande medida, a forte presença da individualidade na nova classe média, para as quais acredita que as instituições, em geral aquelas de associação e coletividade tradicionais, não estão preparadas para lidar.

Nesse sentido, as políticas públicas voltadas para a NCM, além de prover proteção contra a possibilidade de retorno à pobreza, devem procurar oferecer à nova classe média oportunidades eficazes para a sua progressão. Para se conseguir isto é preciso conhecer melhor este novo fenômeno que é tanto econômico, quanto político e social. Considerando que, segundo todos os autores aqui discutidos, esta nova classe quaisquer que seja a denominação recebida, destaca a sua influencia e reconhecimento principalmente pelo seu poder de consumo. Portanto é um fenômeno que apresenta grandes desafios em sua compreensão e, aparentemente, em sua sustentabilidade alongo prazo. Alguns destes desafios serão discutidos a seguir.

### **Definindo a nova classe média**

Embora classe média seja um termo de uso comum, sua definição continua sendo confusa. Ao contrário da pobreza e da extrema pobreza, cujas definições foram alvo de intensos debates chegando até a algum consenso, no caso da classe média as definições utilizadas são, muitas vezes, arbitrárias e com pouca base teórica ou conceitual para sustentá-las. É, portanto, primordial discutir mais as definições existentes, suas bases teórico-conceituais e as formas como empiricamente têm sido operacionalizadas (BRASIL, 2011).

Afirma-se que existiriam duas grandes formas de se interpretar o conceito de nova classe média. A primeira alternativa seria interpretar a nova classe média como o segmento dos “entrantes”, ou seja, aqueles que eram pobres e que ao longo da última década,

---

<sup>4</sup> <http://g1.globo.com/mundo/noticia/2011/08/nova-classe-media-obriga-governo-a-se-adaptar-diz-subsecretario.html> consultado em 14/04/2012

principalmente, ascenderam e passaram a fazer parte da classe média. Segundo esta visão, a nova classe média e a atual classe média, conformariam um grande bloco. Outra possibilidade seria reconhecer a nova classe média como o novo estoque, que difere da antiga classe média pelos fluxos de entrada e saída de pessoas nesta classe. Neste caso, o conceito de nova classe média reconhece que, especialmente ao longo da última década, a antiga classe média ganhou novos membros (pobres que ascenderam, mas também ricos que descenderam) e perderam outros. Caso o único fluxo existente seja formado por pobres que ascenderam à classe média, então, existirá uma perfeita relação entre os dois conceitos (BRASIL, 2011).

A nova classe média, segundo o primeiro conceito, é igual à diferença entre a nova classe média, definida pelo segundo conceito, e a antiga. Quando existe também fluxo de saída da classe média e o fluxo de entrada inclui os de ricos que descenderam, então, não haverá uma relação clara entre os dois conceitos alternativos para nova classe média.

### **Heterogeneidade da nova classe média**

Independentemente de como se defina a nova classe média, não há por que ela ser socioeconômica e demograficamente homogênea. De fato, como foi discutido durante o capítulo, ela apresenta varias facetas e para a melhor compreensão da heterogeneidade da nova classe média é necessário comparar o seu perfil com o da antiga classe média, bem como os correspondentes perfis das famílias pobres e ricas do País.

A questão que se coloca não é apenas a de que a nova classe média seja heterogênea, mas, principalmente, como se diferencia da antiga classe média, e também das outras classes sociais. O conhecimento detalhado da heterogeneidade da nova classe média pode ser fundamental para a compreensão de seu comportamento, e suas necessidades e, assim, conformar ferramentas úteis para o desenho de políticas públicas eficazes que se traduzem em benefício desta faixa de população. Por conseguinte, é essencial que se pesquise e documente mais sobre essa heterogeneidade, traçando seu perfil demográfico, social, cultural, educacional, familiar e religioso (BRASIL, 2011).

### **Determinantes da ascensão da nova classe média**

Atualmente se afirma que o processo de ascensão da nova classe média resultou da combinação de quatro fatores principais: primeiro a criação de um sistema de proteção social (Bolsa Família, Benefício de Prestação Continuada, entre outros) com cobertura e generosidade crescentes; um crescimento econômico especialmente inclusivo, com expansão do emprego, aumento na produtividade do trabalho, aumento na remuneração

dos trabalhadores, e no grau de formalização das relações de trabalho; um terceiro fator importante são os diversos componentes da política social voltados à produção, com uma expansão do acesso ao crédito, o apoio às pequenas empresas e os aumentos no valor real do salário mínimo; e finalmente as mudanças nas características da força de trabalho e em particular, no aumento no grau de escolarização. Porém, mesmo entre aqueles que receberam as mesmas chances, alguns souberam aproveitar melhor as oportunidades decorrentes do crescimento e da expansão dos programas sociais (BRASIL, 2011).

O desenho de políticas públicas efetivas voltadas para a nova classe média requer a identificação tanto das características do crescimento econômico quanto das políticas sociais que mais contribuíram para a formação dessa nova classe média. Por outro lado, é muito importante determinar por que alguns trabalhadores foram capazes de tirar maior proveito do que outros das oportunidades oferecidas. O conhecimento das características pessoais que permitiram que, dentre os pobres, apenas alguns aproveitassem as oportunidades disponíveis, e ascendessem socialmente pode ser fundamental para desenhar programas que busquem trabalhar com estes fatores (BRASIL, 2011).

### **Comportamentos, atitudes, valores e preferencias da nova classe média**

O comportamento da nova classe média parece ser distinto, tanto do comportamento da antiga classe média, como do comportamento da população mais rica e do comportamento das famílias da faixa social de onde surgiram. A nova classe média teria padrões de consumo diferenciados, alocaria seu tempo disponível entre trabalho, cuidados com a família, atividades comunitárias e lazer de forma diferenciada, adotaria critérios e mecanismos para constituir família e dissolvê-las também diferenciados. Além disso, a nova classe média acessaria de forma diferente as fontes de informação disponíveis tanto sobre bens e serviços transacionados nos mercados, preço, qualidade e utilidade, como também informações sobre os serviços públicos, dando uma fundamental importância às opiniões familiares e amigos (BRASIL, 2011).

No entanto, não só o comportamento da nova classe média pode diferir dos demais grupos sociais e, em particular, da antiga classe média, mas também suas atitudes podem ser diferenciadas. De importância fundamental para o desenho de políticas públicas adequadas às necessidades e interesses da nova classe média é identificar suas atitudes frente ao trabalho, aos serviços públicos de qualidade, à violência ou ao meio ambiente. Portanto, é necessário identificar em quais dimensões o comportamento da nova classe média difere dos demais grupos, da antiga classe média, e em que direção estas diferenças apontam (BRASIL, 2011).

O padrão de consumo da nova classe média pode diferir do padrão de consumo da antiga, ou de outras classes sociais mais ricas, em razão apenas de diferenças nas restrições socioeconômicas que enfrentam, e assim, ter uma restrição orçamentária, diferente talvez da antiga classe média, ou por se localizarem em diferentes áreas onde os preços relativos são distintos. Neste sentido, a nova classe média poderá ter um padrão de consumo diferente, mesmo compartilhando os mesmos valores e preferências que os grupos mais ricos e que a classe média tradicional. Neste caso, diferenças de comportamento não decorrem de diferenças em valores ou preferências, mas simplesmente de níveis de renda e preços relativos diferenciados ou podem diferir do observado na antiga classe média e outros segmentos mais ricos em decorrência de efetivas diferenças em valores e preferências (BRASIL, 2011).

Para se pensar quais são as políticas públicas mais adaptadas às necessidades e anseios da nova classe média, é fundamental descobrir se as eventuais diferenças de comportamento e atitudes entre a nova classe média e os demais grupos sociais resultam apenas de diferenças no ambiente socioeconômico em que vivem, ou se decorrem de reais diferenças em valores e preferências. (BRASIL, 2011).

### **Principais consequências do surgimento de uma nova classe média para o desenvolvimento e o papel do estado**

O surgimento de uma ampla nova classe média é uma das principais manifestações das transformações ocorridas na distribuição de renda do País. Tais transformações foram acompanhadas por profundas mudanças nos padrões de consumo, poupança, demanda por crédito e oferta de mão de obra, entre outras.

Estima-se que as consequências imediatas da ampliação da classe média devam ter fortes implicações para o tamanho e a natureza dos mercados domésticos de bens e serviços financeiros, assim como no funcionamento dos mercados de trabalho e de crédito. Portanto, para o desenho de políticas públicas e para a revisão da legislação vigente, se faz necessário a avaliação de quais são as principais consequências do surgimento desta nova classe média para o desenvolvimento do País (BRASIL, 2011).

Além de todas as suas consequências sobre as possibilidades de desenvolvimento econômico, essas mudanças sociais podem também provocar uma demanda por mudanças no papel do Estado. Acima de tudo, é necessário avaliar em que medida a NCM é um grupo social interessado em contribuir com mais impostos em troca de melhor acesso a serviços públicos de maior qualidade. Assim, pesquisou-se o grau de solidariedade e comprometimento com os segmentos mais pobres, considerando que boa parte dos gastos

públicos adicionais são dirigidos a serviços focalizados nos mais pobres, grupo ao qual ela não pertence mais. O papel que a nova classe média reserva ao Estado depende, em boa parte, de sua aversão ao risco, de suas ambições e do seu grau de solidariedade (BRASIL, 2011).

Na medida em que existe compromisso entre esses dois tipos de mobilidade, faz-se necessário avaliar quais são as prioridades da nova classe média. Assim surgem duas perguntas. Estaria ela disposta a trocar parte de sua segurança por uma maior chance de ascensão aos grupos mais ricos da sociedade brasileira? Qual a prioridade da nova classe média para a política pública: expansão das oportunidades ou o aperfeiçoamento das redes de proteção social ? (BRASIL, 2011).

### **A nova classe média na formulação de políticas públicas**

A ascensão de uma grande faixa da população a um melhor nível de vida impõe grandes desafios para o desenho das políticas públicas brasileiras. Por um lado, é necessário aprimorar os sistemas de proteção social para que estes se tornem capazes de evitar o retorno da população à condição de pobreza. Um sistema de proteção social deve não apenas ser eficaz em minimizar as chances de retorno à pobreza como também deve ser capaz de modificar as suas expectativas diminuindo as perspectivas de voltarem a ser pobres (BRASIL, 2011).

Vale ressaltar que, em geral, as melhores oportunidades tendem a envolver maiores riscos. Portanto, um dos grandes desafios de uma rede de proteção social dirigida à nova classe média é convencer seus membros e efetivamente assegurar que se pode buscar melhores oportunidades sem riscos elevados de se voltar atrás. No entanto, programas eficazes para promover a progressão da classe média podem ser bem mais difíceis de desenhar do que aqueles especificamente dirigidos para reduzir os riscos da queda ou retorno. A heterogeneidade é uma das principais dificuldades a serem superadas para obter sucesso em políticas voltadas à NCM, em particular no que se refere à sua forma de inserção no mercado de trabalho. Pelo fato de estar espalhada por todo o território nacional e inserida no mercado de trabalho de muitas maneiras diferentes, o atendimento a este grupo requer um leque de oportunidades bastante variado (BRASIL, 2011).

## CAPITULO 4. PADRÕES DE CONSUMO DA NOVA CLASSE MÉDIA

*“O desenvolvimento humano é fundamental não só para conseguir uma sociedade viável, senão para lograr a felicidade do individuo, pois não acho que estejamos neste mundo simplesmente para sobreviver, e penso que convém mais pensar em nosso planeta como em uma espécie de purgatório ao que chegamos para fazer um trabalho interior: cultivar nosso espírito e deixar o planeta melhor do que chegamos” Claudio Naranjo (2007)*

A partir da informação analisada nos capítulos anteriores pode-se chegar a compreender em parte a dimensão do fenômeno da nova classe média brasileira, surgida em um contexto de extrema comercialização da sociedade onde o consumo exacerbado de todo tipo de mercadoria, faz da troca de produtos e serviços um meio de ascensão e inclusão social.

A consequência mais imediata da globalização é a mundialização dos problemas ambientais vinculados, principalmente, ao grande volume de poluentes e materiais descartáveis agregados aos produtos comercializados de forma compulsiva, atingindo inclusive a camada social dita excluída. No extrato social não privilegiado o consumo ocorre mediante o trabalho informal, programas assistenciais e o endividamento das famílias com a tomada de empréstimos no crédito fácil (SEABRA, 2011).

No governo Lula entre 2003 e 2008, segundo dados do IBGE, analisados numa pesquisa realizada pela Fundação Getulio Vargas, 31,9 milhões de pessoas ascenderam às classes ABC. Neste período, a renda do trabalho teve um incremento médio de 5,13% ao ano o que, segundo Neri (2010), confere uma base de sustentabilidade nas condições de vida para além das transferências de renda oficiais. Logo de maneira paralela, esta nova classe média, suas aspirações e, sobretudo, sua capacidade de ser um novo agente na sociedade brasileira foi analisada pelos cientistas políticos Souza & Lamounier (2010). Os principais resultados deste trabalho foram discutidos no capítulo anterior em um diálogo com outros autores trabalhados.

Em síntese a proposta dos autores apelava para que a sustentabilidade de sua posição enquanto nova classe média é ainda uma incógnita diante da ameaça de não se ver, muitas vezes, em condições de competir por bens e empregos com os estratos imediatamente superiores (as classes média tradicionais) e, conseqüentemente, não conseguir manter-se na nova posição social. Neste sentido se manifesta que a sustentação dos referidos processos de mobilidade social dependerá de três conjuntos de fatores:

1. Fatores econômicos, principalmente relacionados ao ritmo e composição do crescimento econômico e processos estruturais que deles surgem;

2. Recursos “weberianos”, considerando educação, empreendedorismo, atitudes em relação ao trabalho, entre outros;
3. Recursos políticos, muito além do peso numérico da classe média e em direta relação com a capacidade de articular seus interesses, de pressionar o sistema político e, desta maneira, projetar uma visão da sociedade consentânea com seus objetivos e valores.

As análises feitas pelos autores manifestam como a ampliação do mercado de trabalho, de crédito e da renda principalmente permitiu que amplos setores da população emergente aumentassem o seu poder de compra, e com isto adquirissem casa própria e automóveis, símbolos característicos das camadas médias da sociedade, e cada vez mais passassem a desejar bens materiais e simbólicos que por muito tempo lhes foram negados. São novas identidades coletivas presentes na sociedade brasileira com expectativas, valores e projetos que se afastam de suas dificuldades anteriores, mas também apresenta uma profunda inquietação a respeito do futuro, segundo os autores. A incerteza da sustentabilidade de sua posição, enquanto nova classe média é uma incógnita diante da ameaça nas condições de competição por bens e empregos com a tradicional classe média, correndo o risco de não conseguir manter-se na nova posição social.

No gráfico 8 é possível ver como a preocupação por um padrão de vida estável se destaca com 93% das opções, como uma variável muito importante ou essencial para a definição desta classe. Da mesma maneira, se destaca a casa própria com 92% e a educação universitária com 87% das escolhas entre os entrevistados (SOUZA & LAMOUNIER, 2010).

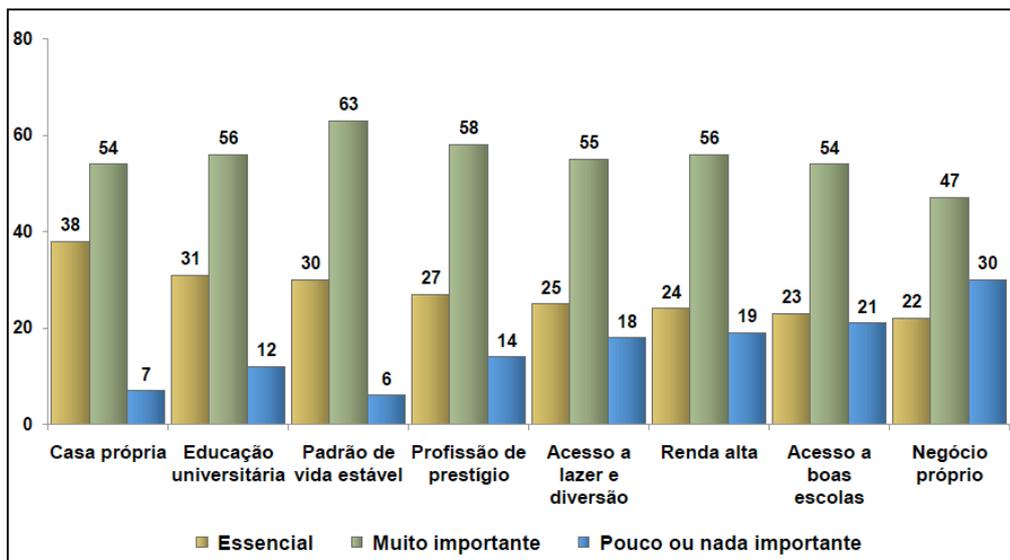


Gráfico 8 – Fatores que definem a Classe Média  
 Dados em %  
 Fonte: Souza e Lamounier (2010).

Na posição dos autores há muito a ser feito ainda para que essa incerteza dos “recém chegados” seja deixada de lado e possa haver de fato a consolidação desta ascensão social. Entre os diversos desafios que a emergência desta nova classe média apresenta está em conhecer suas preocupações e interesses e, a partir daí, reconhecer alguns dos padrões de consumo que podem se refletir neste heterogêneo grupo de novos “consumidores” que chegaram ao mercado.

#### 4.1 O CONSUMO EM DADOS

À medida que a renda cresce, o perfil de consumo das famílias muda significativamente. Sobem, por vezes de maneira acentuada, os gastos discricionários (educação, saúde, recreação e lazer, comunicações, higiene e cuidados pessoais, e produtos para o domicílio), por outro lado, os gastos com necessidades básicas (alimentação, vestuário, transporte, habitação e serviços urbanos) tendem a se estabilizar em níveis relativamente baixos na distribuição da despesa familiar (SOUZA & LAMOUNIER, 2010).

Nesse sentido, a educação é o símbolo por excelência da identidade da classe média. Os participantes do estudo consideram, em sua maioria, a educação de qualidade como um fator “essencial” ou “muito importante” para avançar na vida. Tanto na expectativa de escola de boa qualidade, como no acesso a estudos universitários, para alcançar a muito apreciada profissão de prestígio. Porém, apesar da valorização da educação formal, a própria expansão do sistema de ensino, em todos os níveis, promovido pelas políticas educacionais ou pelo mercado, representa ao mesmo tempo um risco de desvalorização dos patamares recém alcançados pelas novas gerações das famílias emergentes. Patamares que anteriormente eram suficientes para a disputa de um lugar no mercado de trabalho, hoje são insuficientes para concorrer com os setores tradicionais das classes médias. Da mesma maneira, hoje já não basta alcançar ensino fundamental para certos trabalhos que antes eram considerados de baixa qualificação, como a construção. Hoje é cada vez mais frequente a preferência por trabalhadores melhores preparados, o que exige mais esforço das pessoas por aperfeiçoamento. Neste contexto, não é difícil compreender o sentimento surpreendentemente generalizado de insatisfação com o nível ou com a qualidade da educação, identificados nos dados da pesquisa, apresentada pelos autores.

A respeito das aspirações e expectativas dos pais, com filhos em idade escolar, discriminando-os em função dos graus de escolaridade por eles alcançados, percebe-se como sinal de um triunfo e sucesso, que os filhos alcancem uma melhor e maior

qualificação. Desta maneira, a utilidade prática do diploma de nível superior se reflete na procura, principalmente, por uma educação profissional de nível médio, como valioso reforço para a disputa no mercado de trabalho. A estratificação ocupacional brasileira passou por uma mudança no curto espaço de duas gerações. Essa nova classe média se situa na interseção das funções não manuais de baixo nível e das ocupações manuais mais qualificadas, abriga também numerosos “microempresários”, ou trabalhadores autônomos (SOUZA & LAMOUNIER, 2010).

O acesso à educação tem mudado bastante recentemente. O ensino no começo do século XX era fortemente seletivo e restrito às elites e às camadas médias, insignificantes em quantidade se comparadas à população como um todo, que estava excluída do sistema de ensino. A partir de 1930, a intensificação do processo de urbanização, que tem na industrialização crescente sua principal causa, começou a modificar a demanda social por educação, introduzindo um contingente cada vez maior de estratos médios que passaram a pressionar o sistema escolar para sua expansão. A partir de então, o Estado teve que, inevitavelmente, ampliar a oferta de educação, contudo, esta expansão se deu em limites muito estreitos, ainda que seja significativamente grande se comparada ao período anterior. Enquanto em 1920 a taxa de escolarização da faixa etária de 5 a 19 anos era de 9%, em 1940 ela já era de 21,43%, subindo para 53,72% em 1970. Contudo, o alto grau de seletividade do sistema, consubstanciado em altíssimas taxas de repetência e evasão, “peneirava” a maior parte da população que nele ingressava, revelando a brutalidade da seletividade de nosso sistema educacional (SOUZA *et al.*, 2009).

Na ordem social patriarcal, a educação se constituía em privilégio das elites, o que fazia desnecessária a ação estatal com vistas a fazer expandir o ensino público gratuito. Na ordem social burguesa que se consolidou em 1930, as classes médias em ascensão passaram a reivindicar o direito ao ensino médio gratuito, e as exigências mínimas por qualificação que a indústria necessitava fizeram com que a expansão da educação às camadas populares se tornasse uma “reivindicação” da própria economia. Este sistema de ensino beneficiava as classes mais favorecidas, que possuíam as disposições (concentração, disciplina e sentimento de dever ou responsabilidade moral para com os estudos) para se dedicarem ao estudo. Assim se dividia o sistema de ensino: de um lado o ensino médio público destinado, graças a sua seletividade, quase que exclusivamente às camadas médias e altas, que o viam principalmente como porta de entrada para o ensino superior. De outro, havia o ensino fundamental e o chamado sistema “paralelo” de ensino profissional (Senai e Senac). Este último muito procurado pelas classes populares, pois tinham urgência para entrar no mercado de trabalho e o sistema de ensino profissional

“paralelo” que oferecia uma educação de curta duração proporcionando uma qualificação básica, suficiente para ocupar as ofertas de trabalho mais subalternas, mas que exigiam um baixo nível de qualificação. Como o acesso ao ensino fundamental gratuito era direito assegurado por lei a todos os brasileiros, a universalização de seu acesso passou a ser um dever do Estado, que tinha a obrigação de promover a sua expansão quantitativa a toda a população, assim como, garantir sua qualidade e bom rendimento. Contudo, graças à enorme seletividade do sistema, poucos eram aqueles que conseguiam concluir o ensino fundamental, e menos ainda eram aqueles que ingressavam no ensino médio (SOUZA *et al.*, 2009).

Atualmente, o ensino fundamental está praticamente universalizado. No ano de 2005, 97,4% das crianças brasileiras de 7 a 14 anos frequentavam a escola. Contudo, ainda hoje existem níveis altíssimos de improdutividade, consolidados nas taxas que indicam o baixo rendimento das escolas públicas. Isto significa que a exclusão atualmente deixou de ser qualitativa e quantitativa para ser somente qualitativa: todos estão na escola, mas estes alunos não aprendem nem a metade do que é esperado. Sem contar as taxas que medem o índice de repetência - elas demonstram que, no ano de 2000, mais da metade, perto de 54,3% dos alunos da quinta série do ensino fundamental estavam acima da idade ideal para essa série (SOUZA *et al.*, 2009).

Por outro lado, no acesso aos bens de consumo durável, se destaca como ativo para nova classe média a casa própria e o automóvel. Outros produtos como televisão a cores e geladeira com 100% de respostas afirmativas ante a pergunta de sua necessidade, o rádio (98%), o DVD (98%), a máquina de lavar roupa (90%), o freezer (75%) e o aspirador de pó (54%) compõem a pauta de bens considerados indispensáveis em uma residência de classe média (SOUZA & LAMOUNIER, 2010).

O interesse por conhecer a nova classe média vai além da academia. Por um lado, tem proliferado pesquisas de mercado feitas por empresas especializadas nesta classe, por outro a mídia tem jogado um papel importante no destaque das características e dos interesses desta nova camada de consumidores. Um artigo da revista *Isto é Dinheiro* de 2007 já mostrava uma tendência que hoje se faz cada vez mais presente, que é a resposta da indústria da construção civil. Este ano de 2012, esta indústria está para dobrar o tamanho para atender à demanda. A estimativa é de construção de 200 mil unidades habitacionais só neste ano. Isto como resposta às demandas de moradia deste grupo emergente denominado nova classe média. Eles influenciaram também, neste ano, o mercado brasileiro de veículos que tem uma expectativa de crescer 25%.

As necessidades básicas evoluíram e a população brasileira começa a desfrutar dos

confortos de uma economia estável. As classes baixas nunca tiveram tanto poder de consumo. O resultado são lojas cheias e fornecedores ávidos para atender essa demanda. Já o *marketing* está de olho em um mercado que só tende a aumentar<sup>5</sup>.

Uma reportagem da revista *Época Negócios*, escrita por Todeschini & Salomão (2010), destaca a existência de alguns mitos da nova classe média. Acredita-se que o principal interesse do consumidor é o preço baixo, porém, na realidade, prefere-se, muitas vezes, produtos que lhe deem melhor custo-benefício e não necessariamente os mais baratos. A resposta para entender a essa conduta é simples, se errar na escolha, não tem dinheiro extra para comprar de novo até o mês seguinte.

Até faz pouco tempo, depois de pagar as contas do mês, essas pessoas não tinham dinheiro sobrando para consumir mais do que os itens da cesta básica. Hoje, compram bastante roupas, têm acesso à tecnologia e frequentam faculdades. Todo o dinheiro extra, desde então, vem sendo investido na aquisição de bens e serviços. Há dados que demonstram o peso que os lares da nova classe média estão tendo na economia. Um terço já conta com aparelho de micro-ondas, 27% possuem uma geladeira duplex e 22% possuem um carro. Por outro lado, 77% das pessoas entrevistadas acham que merecem ter momentos de lazer como uma viagem. De fato, eles são os que estão viajando mais pelo país em viagens para o interior ou para litoral. Da mesma maneira, houve uma forte inserção nos meios digitais, aproximadamente 25% dos lares já têm computador próprio e 60% fazem uso de *lan houses*. Contudo, a nova classe média evita ser inadimplente, o que permitiu que ela cuide do crédito, que agora tem fácil acesso. Seu peso tornou-se tão importante que muitos economistas defendem que foi a elevação do consumo desta nova classe média que fortaleceu a economia brasileira durante a crise. Por décadas, boa parte das empresas ignorou esta camada da população que hoje chega ao mercado de consumo. Em um primeiro momento, a grande maioria das estratégias de *marketing* e relacionamento lançadas para a nova classe média se resumiu a adaptações daquelas criadas originalmente para o consumidor das classes A e B, o que no tempo, demonstrou ser um erro. O que dá certo com consumidores da classe média tradicional e da alta renda não necessariamente é eficaz com outros grupos. Os consumidores da classe C têm um jeito próprio de encarar a vida e de consumir, o que exige conhecimento melhor deste grupo de pessoas (TODESCHINI & SALOMÃO, 2010).

Em 2011 estimou-se que a classe média brasileira tinha um potencial de consumo de R\$ 1 trilhão por ano, valor equivalente ao PIB de Argentina, Portugal, Uruguai e Paraguai juntos. O resultado pertence a uma pesquisa realizada pelo instituto *Data Popular* e que

---

<sup>5</sup> [http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/6066\\_A+NOVA+CLASSE+MEDIA+BRASILEIRA](http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/6066_A+NOVA+CLASSE+MEDIA+BRASILEIRA) consultado em 10/04/2012

traçou um perfil da nova classe média do país. O estudo ouviu 18 mil pessoas em 26 estados. De acordo com o responsável pela pesquisa, Renato Meirelles, o potencial de consumo engloba, além da renda, os benefícios, como 13º salário e férias, além do crédito. A classe média cresceu em todas as regiões do país, sendo a maior alta taxa registrada na região Nordeste, de 50%, maior evolução verificada no país desde 2004. O menor crescimento foi na região Sul, com 17% no período (AMATO, 2011)

A pesquisa identificou que a classe C gasta a maior parte de sua renda (23,16%) com serviços; alimentos e bebidas (18,49%) vêm em segundo lugar. Na terceira posição estão os gastos com saúde e beleza (8,32%). O estudo também apontou que a classe média lidera em número de universitários, de crianças em escolas particulares e pessoas com acesso à internet. Segundo os autores, 68% dos jovens da classe média estudaram mais do que seus pais (AMATO, 2011)

De fato, de acordo com os dados do PNAD, o número médio de anos de estudo das pessoas com faixa etária de 10 anos ou mais saltou de 5,2 anos em 1995 para 6,9 anos em 2007. O aumento da escolaridade foi ainda mais acentuado entre as pessoas de 20 a 24 anos, saltou de 6,5 anos de estudo em 1995 para 9,3 anos em 2007. Os principais problemas dizem respeito à qualidade da educação e à equidade na distribuição de oportunidades educacionais, com destaque para as deficiências dos níveis fundamental e médio (SOUZA & LAMOUNIER, 2010).

Cerca de 104 milhões de brasileiros, compõem esta nova classe média. Destes, 51% são mulheres e, 48%, pretos e pardos. A renda domiciliar média deste grupo é de R\$ 2.295,00. 59,1% dessas pessoas possuem cartão de crédito e 52,7% têm conta em banco. Quanto o acesso ao computador, 52,5% afirmam tê-lo em casa, e 57,6% disseram que acessam a internet. Uma das coisas mais interessantes em relação à interação com estas tecnologias, é que da nova classe média 36 milhões de pessoas participam de redes sociais. Por último, são um grupo de pessoas que apresentam um grande otimismo, cerca de 80% da classe média espera um futuro melhor. O otimismo é maior entre os moradores do nordeste (89%) e do norte (88%). O menor percentual está no sul, com 75% (AMATO, 2011)

### **Consumo alimentar da nova classe média**

O Governo Federal por meio do IBGE (2010b, p.17) elaborou no ano 2008-2009 a última Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF), que visa, principalmente, mensurar as estruturas de consumo, dos gastos, dos rendimentos e parte da variação patrimonial das famílias. Possibilita, portanto, desenvolver um perfil das condições de vida da população

brasileira a partir da análise de seus orçamentos domésticos. Além das informações diretamente associadas à estrutura orçamentária, é possível estudar a composição dos gastos das famílias segundo as classes de rendimentos, as disparidades regionais, as áreas urbanas e rural, a extensão do endividamento familiar, a difusão e o volume das transferências entre as diferentes classes de renda e a dimensão do mercado consumidor para grupos de produtos e serviços.

De maneira geral, os dados das POFs são importantes para o estudo porque permitem ter uma visão geral apurada das despesas da sociedade brasileira como um todo, assim como quanto desta despesa vai para o consumo e como estes dados podem estar relacionados com o crescimento da classe média. No gráfico 9, é possível perceber que para o grande grupo das despesas correntes, a POF 2008-2009, quando comparada com a POF 2002-2003, apresenta redução em sua participação, tendo passado de 93,3% (POF 2002-2003) para 92,1% (POF 2008-2009). Em relação com o ENDEF 1974-1975, a POF 2008-2009 mostrou um aumento de 12,2 pontos percentuais. Observa-se também, que o percentual das despesas de consumo na POF 2008-2009 (81,3%) também apresentou uma redução, neste caso de 1,1 ponto percentual em comparação com o resultado da POF 2002-2003 (82,4%). Por outro lado, no ENDEF 1974-1975, este grupo de despesas representava 74,6% na despesa familiar. O grupo outras despesas correntes (impostos, contribuições trabalhistas, serviços bancários, pensões, mesadas, doações e outras) manteve-se estável nos períodos compreendidos entre as POFs mais recentes, com participação de 10,9% na despesa total familiar. Comparando esta participação, na estrutura de despesa apresentada na POF 2008-2009, com a obtida no ENDEF 1974-1975, verifica-se um crescimento de participação significativo, tendo passado de 5,3% para 10,9% no período 2008-2009. Por sua vez, o aumento do ativo (aquisição de imóvel, reforma de imóvel e outros investimentos), apresentou um aumento de ordem de 1,0 ponto percentual, passando de 4,8% na POF 2002-2003, a 5,8% na POF 2008-2009. Quando comparados com o ENDEF 1974-1975 (16,5%), é o grupo com a maior diminuição na estrutura de despesas das famílias, perdendo ao longo do tempo, 10,7 pontos percentuais até 2008-2009. Por último, a diminuição do passivo (pagamentos de empréstimos e prestações de imóvel) mostrou-se também estável quando comparadas nas POF 2008-2009 (2,1%) e POF 2002-2003 (2,0%), sendo o grande grupo com a menor contribuição na estrutura de despesa. Na comparação com o resultado do ENDEF 1974-1975 (3,6%), identifica-se uma redução em torno de 42% (IBGE, 2010b, p. 55-56).

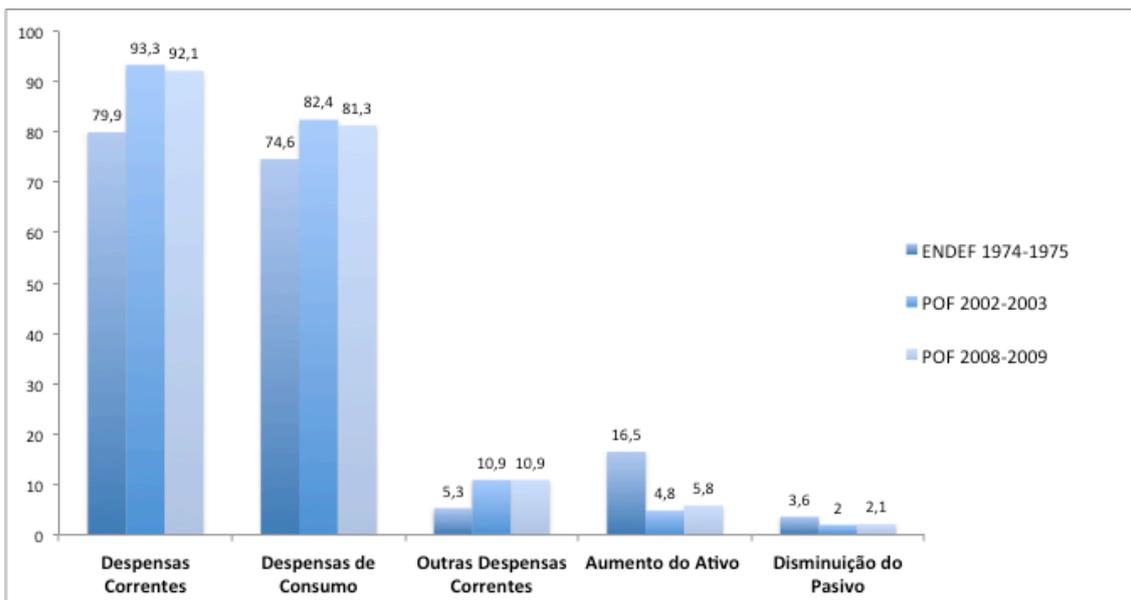


Gráfico 9 - Distribuição das despesas monetária e não monetária média mensal familiar, no Estudo Nacional da Pesquisa Familiar - ENDEF e na Pesquisa de Orçamentos Familiares - POF, segundo os tipos de despesas - Brasil - período 1974/2009

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento, Estudo Nacional da Despesa Familiar 1974-1975 e Pesquisa de Orçamentos Familiares 2002-2003/2008-2009.

(\*) Exclui-se a área rural das Regiões Norte e Centro-Oeste.

Elaboração: própria

### Despesa de consumo

Como é possível perceber as despesas de consumo são o mais importante componente da estrutura de despesas das famílias. A estimativa da participação das despesas de consumo na despesa total, obtida a partir da POF 2008-2009, foi de 81,3% para o Brasil, com média mensal de R\$ 2.134,77. De acordo com o Gráfico 10, observa-se que as despesas com alimentação, habitação e transporte corresponderam a 75,3% da despesa de consumo médio mensal das famílias brasileiras, o que representa 61,3% da despesa total.

As despesas com habitação responderam pela maior participação nas despesas monetária e não monetária de consumo das famílias, tanto em nível nacional (35,9%) como regional. Em relação à alimentação, observaram-se as maiores participações no consumo das famílias residentes nas Regiões Norte (25,8%) e Nordeste (24,2%), ambas superiores à média nacional de 19,8% (IBGE, 2010b, p. 57-58).

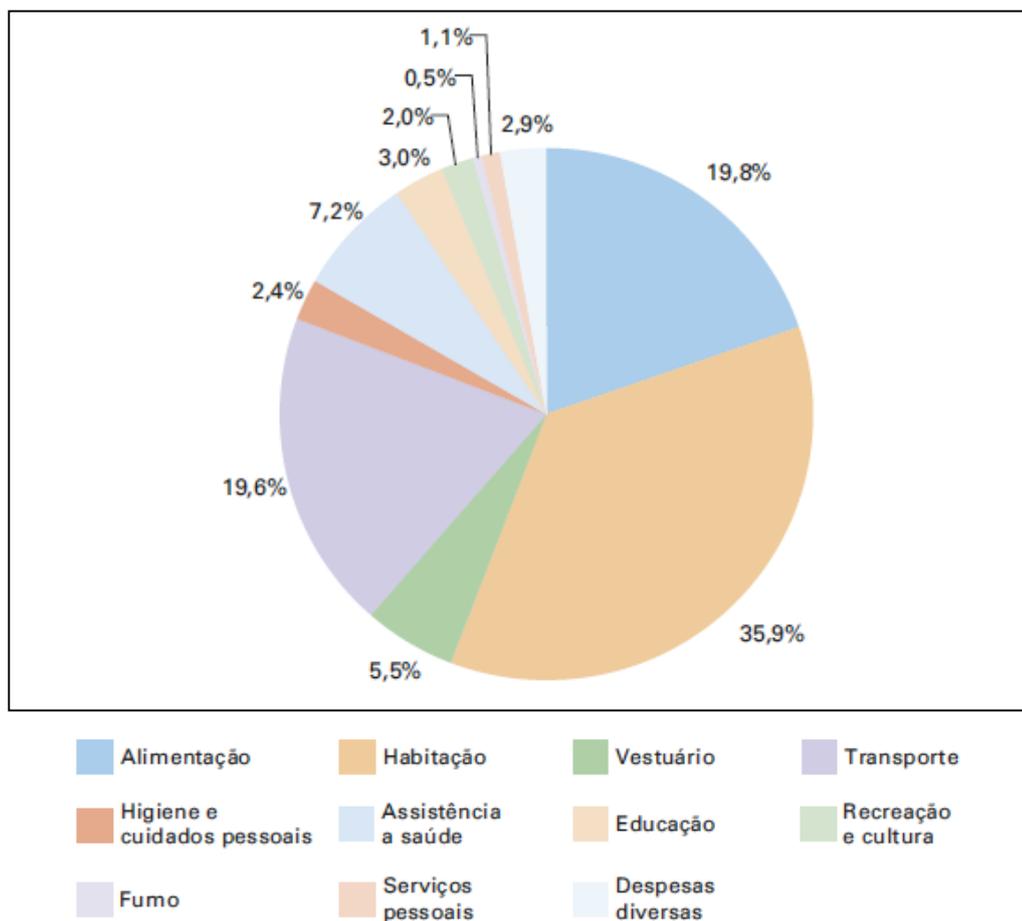


Gráfico 10 - Distribuição das despesas de consumo monetária e não monetária média mensal familiar, por tipos de despesas - Brasil - período 2008-2009  
 Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento, Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009.

A terceira maior participação nos gastos nacionais com consumo ficou com o transporte com 19,6%, com resultado praticamente igual ao de alimentação. A participação das despesas com assistência à saúde apresentou um resultado a nível nacional de 7,2%, sendo mais alto na Região Sudeste (7,9%) e menor participação na Região Norte (4,9%). Para as despesas com vestuário, a participação no Brasil foi de 5,5%. Dentre os grupos restantes destacam-se educação com um 3%, despesas diversas (2,9%) e higiene e cuidados pessoais (2,4%). A educação, nesse subconjunto de componentes, foi o que apresentou a diferença mais relevante entre as participações da situação de residência urbana (3,2%) e da rural (1,2%) (IBGE, 2010b, p. 59).

Nesse contexto, segundo o IBGE (2010b, p. 62), as despesas com alimentação representam, segundo os resultados da pesquisa, 16,1% da despesa total e 19,8% das despesas de consumo realizadas pelas famílias brasileiras. A partir daqui, a apresentação dos resultados e comentários relativos às despesas com alimentação encontra-se organizada em três partes. Inicialmente, são observados os hábitos alimentares a partir das

despesas monetária e não monetária com alimentos para consumo dentro e fora do domicílio, sob três enfoques comparativos: por situação do domicílio (área urbana ou rural), por Grandes Regiões e por classes extremas de rendimento mensal familiar. Logo é apresentado o detalhamento das despesas com alimentação no domicílio segundo grupos de produtos. Por fim, foram feitas comparações com os resultados da POF 2002-2003.

Assim, as informações referentes aos valores absolutos e relativos correspondentes às despesas monetária e não monetária apresentadas mostram que o percentual de despesa com alimentação fora do domicílio na área urbana (33,1%) era, na POF 2008-2009, aproximadamente o dobro daquele observado na área rural (17,5%). Por outro lado, os valores médios, em reais, da despesa com alimentação no domicílio não apresentaram grande diferença entre as áreas, sendo mantida a superioridade, de apenas 5,5%, dos valores despendidos pelas famílias em situação urbana. Na análise por região é apontado que o maior percentual com alimentação fora do domicílio ocorreu na Região Sudeste com um 37,2%, enquanto o menor percentual ocorreu na Região Norte com um 21,4% (IBGE, 2010b, p. 62-63).

Na comparação que considera as classes extremas de rendimento mensal familiar a POF 2008-2009 registrou que as famílias com rendimentos mais baixos (até R\$ 830,00) apresentaram uma proporção de 17,2% de despesa com alimentação fora do domicílio, contra 82,8% de despesa com alimentação no domicílio. Por outro lado as famílias com rendimentos mais altos (acima de R\$ 10.375,00), a proporção da despesa com alimentação fora do domicílio, no total gasto com alimentação, foi de 49,3%, contra 50,7% de despesa com alimentação no domicílio (IBGE, 2010b, p. 64).

Foi feita uma comparação da participação dos diversos grupos de produtos no total da despesa com alimentação no domicílio, comparando-a entre as áreas urbana e rural e entre as Grandes Regiões brasileiras. Segundo o IBGE (2010b, p. 64-65) o cardápio das famílias apresentou substanciais diferenças, segundo a situação urbana e rural, embora em ambas, o grupo carnes, vísceras e pescados tenha representado a maior participação (21,3% na área urbana e 25,2% na rural). Enquanto, para as famílias em situação urbana, os leites e derivados com um 11,9% e panificados com um 11,0% foram os outros dois grupos de produtos com maior destaque, para as famílias em situação rural. O grupo dos cereais, leguminosas e oleaginosas (13,1%) foi o que apresentou a segunda maior participação na alimentação do domicílio. O peso do grupo farinhas, féculas e massas no total de gastos foram também maiores para as famílias em situação rural, superando o daquelas em situação urbana em 70%. A comparação do grupo alimentos preparados (3,3%, para situação urbana, e 0,8%, para rural) revela uma forte predominância deste

grupo na área urbana. Por outro lado, em uma comparação regional, observa-se que o padrão de despesa das famílias com grupos de produtos da alimentação no domicílio apresentou diferenças relevantes. A Região Norte destacou-se pelo maior percentual de despesa com o grupo carnes, vísceras e pescados (28,2%) e menores percentuais com os grupos leites e derivados (8,3%) e panificados (8,7%). Diferentemente, a Região Sudeste apresentou o menor percentual do País com o grupo carnes, vísceras e pescados (19,9%) e os maiores percentuais com os grupos leites e derivados (12,4%) e panificados (11,1%). Quanto ao grupo cereais, leguminosas e oleaginosas, verifica-se que os maiores percentuais ocorreram nas Regiões Nordeste (10,3%) e Centro-Oeste (10,2%), quase o dobro do encontrado na Região Sul (5,5%), que apresentou o menor percentual do País. Finalmente, quanto ao grupo alimentos preparados, verifica-se que o maior percentual ocorreu na Região Sudeste (3,5%), equivalente ao dobro do encontrado na Região Nordeste (1,7%), o menor do País.

Por fim, são apresentadas algumas comparações com a POF 2002-2003. Entre os dois períodos de realização da pesquisa observou-se um aumento significativo no percentual da despesa média mensal com alimentação fora do domicílio, em todos os níveis geográficos aqui analisados atingindo o total do País, a situação urbana e rural, e as Grandes Regiões. Verifica-se um aumento de sete pontos percentuais no peso da despesa com alimentação fora do domicílio, no País, entre a POF 2002-2003 e a POF 2008-2009 (IBGE, 2010b, p. 66).

Considerando os antecedentes que trazem a análise do IBGE é possível perceber que a medida que se aumenta a renda e há melhora nas condições de vida, muitas vezes associada a uma vida urbana, existe um aumento do consumo de alimentos fora de casa, consumo de carnes e proteínas animal e aumenta também a presença de alimentos preparados em Regiões tradicionalmente mais urbanas e mais ricas. Afirma-se, por sua vez, que as famílias em ascensão tem mudado seu acesso à alimentação. Hoje elas lideram o consumo de alimentos antes restritos às mesas das classes de renda mais alta. Eles compram 41% de todo o leite longa vida vendido no país, 40% e 39% do leite condensado. Quatro em cada dez latas de creme de leite e três em cada dez potes de sorvete são vendidos para a nova classe média. Hoje se dá mais valor aos alimentos industrializados, como chocolates e bolachas recheadas por ser sinal de que existe mais dinheiro no bolso (TODESCHINI & SALOMÃO, 2010).

Outra publicação associada à POF 2008-2009 do IBGE (2010a, p.10) apresenta os resultados e conclusões advindas da avaliação nutricional das quantidades de alimentos e bebidas adquiridas pelas famílias brasileiras para o consumo no domicílio. A análise é

realizada sob algumas hipóteses, uma vez que a aquisição alimentar tal como investigada na POF 2008-2009, bem como na POF 2002-2003, ao corresponder à disponibilidade de alimentos e bebidas para consumo no domicílio, não reflete integralmente a ingestão de alimentos e bebidas pelas pessoas.

A pesquisa inclui uma descrição da disponibilidade domiciliar de alimentos segundo as seis classes de rendimentos, abrangendo desde famílias com rendimentos mensais de até dois salários mínimos (os 20,1% de famílias de menores rendimentos no País), até famílias com rendimentos mensais superiores a 15 salários mínimos (os 9,1% de famílias de maiores rendimentos no País). Nota-se que o efeito do rendimento familiar é substancial sobre a maioria dos alimentos e grupos de alimentos. É importante destacar que os grupos de alimentos, cuja participação tende a aumentar de forma uniforme com o nível de rendimentos familiares, incluem leite e derivados, frutas, verduras e legumes, gordura animal, bebidas alcoólicas e refeições prontas. Os grupos de alimentos com tendência inversa incluem feijões e outras leguminosas, cereais e derivados (devido ao declínio da participação do arroz com a renda) e raízes e tubérculos (devido principalmente ao declínio da participação da farinha de mandioca com o aumento da renda). Padrões mais complexos de relação com os rendimentos são observados para os grupos açúcar de mesa e refrigerantes e carnes. No primeiro caso, há diminuição com a renda para açúcar de mesa e aumento para refrigerantes. No segundo caso, há aumento com a renda para carne bovina e embutidos e redução ou estabilidade para os outros tipos de carne (IBGE, 2010a, p. 31).

A composição relativa aos macro-nutrientes evidencia que aumentos nos rendimentos levam ao aumento intenso no teor total de gorduras e diminuição igualmente intensa no teor de carboidratos. No caso dos carboidratos, nota-se que a contribuição mínima de 55% das calorias totais não se cumpre para a classe de renda mensal superior a 15 salários mínimos, com o agravante de que cerca de 30% dos carboidratos da dieta nesta classe de renda (16,5% em 54,6%) correspondem a açúcares livres. No caso das gorduras, nota-se que o limite máximo de 30%, segundo recomendações da Organização Mundial da Saúde (OMS), das calorias totais é ultrapassado a partir da classe de renda mensal de mais de 6 salários mínimos.

Gorduras saturadas tendem a aumentar intensamente com a renda, sendo que o limite máximo para este nutriente (10% das calorias totais) é virtualmente alcançado na classe de renda mensal entre 10 a 15 salários mínimos (9,5%) e ultrapassado na classe de mais de 15 salários mínimos (10,6% das calorias totais). De igual maneira o limite máximo de 10% para a proporção de calorias provenientes de açúcares é largamente ultrapassado em todas as classes de rendimentos. Embora o teor de proteínas na dieta tenda a aumentar

com os rendimentos, a proporção de calorias protéicas foi adequada em todas as classes de renda. Nota-se, ainda, que a fração de proteínas de origem animal (de maior valor biológico) tende também a aumentar com a renda, mas sempre dentro de um espectro de valores relativamente altos e adequados, sendo de 50% na classe de menor renda e 60% na classe de maior renda (IBGE, 2010a, p. 31).

Contudo os alimentos que tiveram aumento relativo de mais de 5% em sua participação no total de calorias incluem pão francês (13%), biscoitos (10%), queijos (16%) e outros derivados do leite (39%), carne bovina (15%) e embutidos (25%), frutas e sucos de fruta (25%), refrigerantes (16%), bebidas alcoólicas (28%) e refeições prontas e misturas industrializadas (40%). Alimentos que registraram diminuição relativa de mais de 5% em sua participação no total de calorias incluem arroz (6%), feijões (18%), farinha de trigo (25%) e de mandioca (19%), leite (10%) e açúcar (8%). Dentre os alimentos cuja participação pouco ou nada variou, destacam-se óleos e gorduras vegetais (aproximadamente 12,7% das calorias totais nas duas pesquisas), gorduras animais (1,5% nas duas pesquisas) e verduras e legumes (0,8% nas duas pesquisas) (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2010a, p. 33).

A evolução recente da composição nutricional da disponibilidade domiciliar de alimentos evidencia diminuição do teor em carboidratos compensada pelo aumento do teor em gorduras e em proteínas. A fração dos carboidratos que mais se reduz é aquela que exclui os açúcares livres, enquanto a fração dos lipídeos que aumenta inclui tanto os ácidos graxos monoinsaturados quanto os saturados. A fração de proteínas que aumenta é a de origem animal. A estabilidade da participação dos açúcares livres em 16,4% aponta que o limite máximo de 10% para a proporção de calorias provenientes deste nutriente é largamente ultrapassado nos dois inquéritos. Já o aumento no teor total de gorduras e de ácidos graxos saturados indica que o limite máximo para o consumo destes nutrientes tende a ser ultrapassado no Brasil (IBGE, 2010a, p. 35).

## 4.2 O CONSUMO SIMBÓLICO

Para Bauman (2005) o consumismo requer que a satisfação seja de forma instantânea, enquanto valor exclusivo. Assim, a única utilidade dos objetos é a sua capacidade de proporcionar satisfação. Desta maneira, uma vez interrompida a satisfação (em função do desgaste dos objetos, de sua familiaridade excessiva, de sua monotonia ou a existência de substitutos apresentados como novos e mais estimulantes), não há motivos para entulhar a casa com esses objetos inúteis. Considerando esta visão sobre o

consumismo, não é difícil perceber que a busca por satisfações pessoais em uma sociedade altamente “materializada” pela mídia e pelos meios de reprodução social de consumo, possa passar necessariamente, mas não exclusivamente, pelo consumo de bens e serviços cada vez mais fúteis, na medida em que nossa “necessidade” por alguma razão já não é satisfeita. Vivemos em uma época em que capitalismo dominou o inconsciente humano. O aparato produtivo contemporâneo está profundamente entrelaçado ao universo simbólico; em outras palavras, a “indústria cultural” tornou-se o paradigma da produção capitalista contemporânea. E o *marketing* ganha destaque justamente quando a cultura assume o lugar de principal mercadoria do capitalismo contemporâneo (FONTENELLE, 2005). Hoje, uma cada vez maior, quantidade de pessoas tem a possibilidade de consumir e saciar não apenas suas necessidades mais básicas, mas também seus desejos e expectativas latentes.

Entre outras, um dos aspectos que mais tem influenciado na mobilidade social é o acesso ao crédito fácil. Podem ser rebatíveis as consequências imediatas deste fator, embora se manifesta que uma das consequências diretas é a banalização do consumo de bens até então inacessíveis às classes baixas, erodindo seu valor simbólico para a definição de uma identidade de classe média. Hoje o consumo volta-se mais para o que se costuma denominar bens conspícuos (roupas de marcas, joalheria, entre outros), denotadores de prestígio, enquanto no passado a prioridade era o aumento do ativo e a poupança (SOUZA & LAMOUNIER, 2010). Esta afirmação se entende bem à luz da discussão trazida por Bauman nesse quesito, ao final “fomos treinados com a finalidade de pararmos de nos preocupar com coisas que aparentemente estão além de nosso controle, e concentramos as nossas atenções e energias em tarefas de acordo com o nosso alcance, a nossa competência e capacidade (individuais) de consumo” (BAUMAN, 2005, p. 81). Conseqüentemente, possuir ou acumular vem se configurando como verdadeiro signo, sobretudo quando a intenção é relacionamento. Inúmeras vezes, o afeto tem sido colocado numa escala secundária, neste novo sistema cultural que se formou a partir de um desejo irreprimível de consumir (SANTOS & GROSSI, 2008)

No âmbito alimentar o sentimento de inclusão e prestígio social por trás do ato do consumo não parece muito diferente ao sinalizado por Bauman e outros autores. Para Suremain & Katz (2009) os hábitos alimentares variam fortemente entre as categorias sociais e podem coincidir com diferentes tradições culinárias. Não é raro encontrar marcantes diferenças de consumo, como no caso da carne, um alimento cotidiano entre membros de classes favorecidas, porém muitas vezes inacessível aos menos privilegiados, sendo consumida somente em casos excepcionais, como nos momentos de festa. Em

muitos países da América Latina o ser “estrangeiro” sempre foi um indicador de prestígio, percepção que se desdobra desde as classes dominantes até os menos favorecidos que buscam consumir bens e alimentos provenientes de “países-guias”. Atualmente, os *fast-foods* norteamericanos se expandem no contexto urbano e nos grandes destinos turísticos. Por sua vez, os alimentos e as bebidas formuladas pela agroindústria, como frango de granja, arroz, massas, óleo, doces, batata fritas, refrigerantes, cervejas, etc., chegaram aos consumidores das regiões mais atrasadas em grande abundância. Esta tendência tende a substituir o uso de plantas locais, incrementando o risco de reduzir a diversidade biológica.

Da mesma maneira, as saídas para comer fora de casa é reconhecida como um dos principais meios de lazer das camadas médias urbanas e também surge como uma maneira de atender uma necessidade crescente, principalmente pela maior inclusão das mulheres no mercado de trabalho. Este fenômeno vem crescendo de maneira acentuada, em parte pela urbanização e expansão das cidades, o que dificulta o deslocamento e restringe o acesso às refeições domésticas (SUREMAIN & KATZ, 2009).

Para Boff<sup>6</sup> (2012) há uma ética subjacente à cultura produtivista e consumista, que a pesar de hoje vastamente em crise por causa da pegada ecológica, não parece provocar diminuição da fúria consumista. Pelo contrário, o sistema para salvar-se, incentiva consumismo que, por sua vez, requer mais produção que acaba estressando o planeta. A ética que preside a este modo de viver é a da maximização de tudo o que fazemos, de tudo o que produzimos em objetos e em conhecimento. A roda da produção não pode parar, caso contrário ocorre um colapso no consumo e nos empregos. Portanto, a “inconsequência não é apenas do consumidor. A teoria que se diz científica, trabalhando na inconsequência, influi na divulgação e na legitimação do absurdo” (BUARQUE, 1993, p. 6).

Mas, para o autor, chega-se a um ponto de saturação ecológica e o efeito direto, é o vazio existencial. Descobre-se que a felicidade humana não está em maximizar, nem engordar a conta bancária, nem o número dos bens na cesta de produtos consumíveis. O fato é que o ser humano possui outras fomes: de comunicação, de solidariedade, de amor, de transcendência, entre outras. Estas, por sua natureza, são insaciáveis, pois podem crescer e se diversificar indefinidamente. Nelas se esconde o segredo da felicidade. Logicamente precisamos de certa quantidade de alimentos para sustentar a vida. Mas, alimentos excessivos, maximizados, causam obesidade e doenças. Os países ricos maximizaram de tal maneira a oferta de meios de vida e a infra-estrutura material que dizimaram suas florestas, destruíram ecossistemas e grande parte da biodiversidade, além de provocar perversas desigualdades entre ricos e pobres.

---

<sup>6</sup> <http://leonardoboff.wordpress.com/2012/03/17/maximizacao-versus-otimizacao/> consultado em 27/04/12

A educação tem recebido destaque tanto pelos pesquisadores, como pelos membros da nova classe média, por meios das pesquisas, como um item fundamental de consumo, seja na procura por maior qualificação ou mesmo pela preocupação de estar recebendo uma educação de qualidade. De fato, a escola é uma das principais instituições para a produção dos indivíduos flexíveis e dóceis dos quais tanto o mercado, quanto o Estado tanto necessitam para sua produção cotidiana. No caso da criança da classe média tradicional, a escola é, na realidade, uma mera continuação da formação familiar de pequenos seres humanos disciplinados e regidos pelo desempenho diferencial. Esse aprendizado não é necessariamente violento e explícito. Ao contrário, nos lares de classe média, esse tipo de aprendizado recebe o nome de “amor” e de “cuidado” dos pais. Todo dia uma série de sinais invisíveis como “não coma desse jeito”, “acabou a hora de brincar”, “não veja tanta TV, vamos ler juntos um pouquinho agora”, “respeite o brinquedo de seu amiguinho”, “arrume essa bagunça e guarde sua roupa”, etc., sinaliza à criança de classe média que o processo de disciplinarização da qual ela é objeto, é produto do amor de seus pais e familiares (SOUZA *et al.*, 2009).

Para Souza *et al.* (2009) a partir desse mecanismo de identificação, a criança da classe média passa a paulatinamente julgar todas as suas ações pela conformidade ou não conformidade com esse conjunto de valores cada vez mais percebidos como próprios e “naturais”, e não como aprendidos. Como esses valores e concepções de mundo são produtos de pessoas em relação às quais a dependência da criança é plena, eles assumem pouco a pouco um caráter “sagrado”, sendo internalizados como disposições inconscientes sobre as quais não se reflete, nem se escolhe, mas que constituem uma visão de mundo incorporada. Desta maneira o que faz uma classe social ser uma classe não é, portanto, a “renda”, mas a sua construção “afetiva” e pré-reflexiva montada por uma “segunda natureza” comum que tende a fazer com que toda uma percepção de mundo seja quase que “magicamente” compartilhada sem qualquer intervenção de “intenções” e “escolhas conscientes”. Nesse sentido, a NCM é uma classe emergente que almeja um maior acesso à educação, porém, a diferença da classe média tradicional, está presente no fato deste a grande número de pessoas serem as primeiras gerações, deles, que alcançam a educação profissionalizante, técnica ou educação superior. Não sendo a escola apenas um espaço de continuação de formação familiar, como na classe média tradicional, mais bem se considera uma oportunidade de ascensão social.

### **Luxo na nova classe média**

A consultora *A Ponte Estratégia* especialista em pesquisa da nova classe média fez

uma pesquisa em 2010, sobre luxo nesta camada da sociedade. O autor, Torretta, indagou primeiramente sobre existência de luxo na vida de uma pessoa moradora da Base da Pirâmide. No começo, eles relutavam em dizer que existia luxo em suas vidas, depois começavam a pensar e declaravam existir luxo sim.

Fundamentalmente eles dividem o luxo em três. O luxo inacessível, o luxo da auto-estima e o luxo da inclusão. O primeiro é aquele luxo de quem vive em prédios de alto padrão, em mansões, o luxo de quem anda em carros de marcas desconhecidas. Eles sabem que existe o mundo do super luxo, mas desconhecem as marcas e os símbolos associados. A seguir, tem o luxo da auto-estima. Este luxo está associado à capacidade deles poderem comprar suas roupas prediletas, e estar bem vestido. Isto está diretamente relacionado com a imagem que se transmite. Desta maneira, o mundo das marcas viaja pelo imaginário da nova classe média brasileira. Por exemplo, a bolsa Chanel é bastante bem vista, sem importar que seja réplica, se ela é de boa qualidade. Por outro lado, dinheiro não é economizado para cuidado da beleza. Segundo a pesquisa, a nova camada social destaca a importância de ter estilo, saber combinar as roupas, as cores, os acessórios. Tudo isto faz parte da sensação de pertencimento a um grupo de pares, usando as mesmas roupas, signos e manifestando os mesmos desejos. Finalmente, o luxo do pertencimento. Com isto o autor se refere ao sentimento do luxo de ser bem recebido ou atendido. As pessoas da nova classe média nem sempre foram bem recebidas em lugares públicos, sofreram discriminação e preconceito. Por isso, considera um grande luxo serem bem recebidos e frequentarem qualquer lugar de maneira digna. Desta maneira, manifesta que entrar em um lugar bem vestido é a certeza de ser melhor atendido, com menos preconceitos. Diferente das classes A e B, que buscam exclusividade, as pessoas desta nova camada da sociedade querem ter aquilo que todos têm<sup>7</sup>.

#### 4.3 SAÚDE NA SOCIEDADE DO CONSUMO

O consumo em excesso tem suas consequência não apenas na desigualdade da sociedade e na destruição da natureza. Tem suas consequências também na saúde das pessoas em vários âmbitos. Hoje se manifesta que as novas gerações viverão menos que seus pais. Já se conhecem casos de crianças de 8 ou 10 anos com diabetes, hipertensão e colesterol alto. As razões são comer pouco e rápido e com alto nível de gorduras. Fora disso pouco exercício físico e passar cada vez mais tempo frente à televisão e navegando pela Internet, tem seu efeitos nocivos sobre a saúde.

---

<sup>7</sup> <http://www.ponteestrategia.com.br/artigos.aspx> consultado em 17/04/2012

Suremain & Katz (2009) afirmam que maiores transformações relacionadas a mudanças de consumo alimentar, principalmente, tem ajudado ao surgimento de novas carências alimentares, excesso de peso, obesidade e diabetes, que tomou alarmantes proporções nos últimos vinte anos. Esses fenômenos afetam especialmente os cidadãos urbanos, normalmente com menos gastos energéticos, mas também começa a ser notado em regiões rurais. É fato que as transformações dos padrões alimentares estão acontecendo a mais de 250 milhões de anos, como parte de uma mudança ainda maior a nível sócio-econômico que vem afetando a todos os cantos do mundo (PELTO & PELTO, 1983). Nesse sentido, a saúde torna-se um importante indicador do funcionamento social, sendo o quadro epidemiológico um reflexo das condições e dos fatores que afetam uma determinada sociedade e não pode ficar alheia às pesquisas sociais. É uma esfera em que convergem os resultados de pesquisa associadas à áreas muito diversas, que podem se organizar em diferentes níveis de explicação e de organização conceitual. Sem que nenhum deles hipertrofiem (REY, 2004).

Dois grandes estudos a longo prazo publicados online em 12 de março 2012, na revista *Archives of Internal Medicine*, trazem maiores antecedentes a respeito dos efeitos na saúde, pelo consumo de certos tipos de alimentos. Demonstraram que o consumo de carne processada e não processada está associado ao aumento do risco de morte por causas cardiovasculares e morte por câncer. Em definitivo, comer uma porção adicional de carne ao dia pode provocar um aumento de até um 16% no risco de mortalidade cardiovascular e um risco 10% maior de morte por câncer. Em geral, os homens e mulheres que comeram mais carnes vermelha tiveram menos probabilidade de ser fisicamente ativos e tiveram maior probabilidade de ser fumadores, aumentando a propensão ao consumo de álcool e ter um alto Índice de Massa Corporal (IMC). Um alto consumo deste tipo de carnes se associou também com o consumo de mais calorias, porém com menores consumos de grãos, frutas e verduras, e com um menor consumo de pescado e frango de granja. Em total, se registraram 8.926 mortes durante os 22 anos de seguimento, incluindo 2.716 mortes por causas cardiovasculares e 3.073 mortes por câncer. No outro estudo longitudinal, com 28 anos de seguimento, ocorreram 15.000 mortes, incluindo 3.194 por causas cardiovasculares e 6.391 por câncer (PAN *et al.*, 2012).

Outra das principais doenças associadas ao estilo de vida moderna na sociedade de consumo é a depressão. Um estudo recente promovido pela OMS em colaboração com 20 centros internacionais, desenvolvido em 18 países com diferentes níveis de renda, e com a participação de 89.037 cidadãos, permite trazer algumas conclusões. Hoje, a depressão é a quarta causa de incapacidade no mundo, mas as estimativas da OMS sinalizam que estará

situada em segundo lugar em 2020. Estima-se que a doença, afeta a 121 milhões de pessoas e é responsável por 850.000 mortes anuais. Todos os países sofrem com a depressão, transformando-se em um grande problema de saúde pública.

Como resultados principais, se menciona que a incidência deste quadro depressivo foi maior nos países ricos (28%) que nos pobres (20%). Dentro das zonas de rendas altas, a idade média para sofrer uma depressão ronda os 26 anos. Variando entre os 30 anos em Espanha e os 22 anos nos EEUU. Em outro grupo de países, China conta com pacientes mais novos (18 anos) e a Índia com os de maior idade (31,9 anos). Da mesma maneira, os dados confirmam, por exemplo, que as mulheres têm o dobro de possibilidades de deprimir-se em relação aos homens. Se nos países ricos, estar separado ou solteiro é a situação que mais deprime, nos países pobre, por sua vez, o divórcio e a viuvez são a fonte principal da doença. (BROMET *et al.*, 2011). Para Santos & Grossi (2008), a nossa sociedade possui o melhor remédio para a depressão: o consumo e, ao mesmo tempo, a maior doença dos últimos tempos: a falta de limite que acaba endividando, comprometendo e deprimindo a população em geral, independente de classe social, nível econômico, sexo e idade, entre outros. Por outro lado parece ser que este mesmo consumo exacerbado e sem razão, nos faz perder o sentido da vida e cair em depressão, cada vez mais novos e de maneira acelerada.

Sem dúvida, está-se falando da doença que mais afetará a humanidade no presente século. Esta informação permite questionar a nossa sociedade, na medida que ela cresce economicamente, se transforma numa sociedade que nos “engole” e acabamos sendo consumidos pelo nosso estilo de vida. De fato, percebe-se que o desenvolvimento da sociedade e do homem acarretou uma transformação no quadro epidemiológico dos países desenvolvidos e de alguns países em desenvolvimento, onde as enfermidades relacionadas ao modo de vida e problemas psicológicos, passaram a ser as primeiras causas de morte (REY, 2004). Neste sentido Schramm *et al.* (2004), destaca um cenário projetado para 2020 onde se evidencia que entre as cinco principais causas de morte precoce e incapacidade estão: as doenças isquêmicas do coração, depressão, acidentes de trânsito, doenças cerebrovasculares e doenças pulmonares obstrutivas crônicas. Assim, a importância das doenças crônico-degenerativas como problema de saúde pública requer a reestruturação do sistema em todos os níveis, visando a prevenção, o diagnóstico e tratamento precoce das incapacidades geradas por estas doenças.

Deve-se considerar que a relação entre pessoas, sociedade e doença é extremamente complexa, pois implica nas formas de funcionamento das instituições sociais, dos grupos formais e informais, dos sistemas de inter-relacionamento do homem, tanto os

personalizados, como com a mídia, as tradições, formas de consciência social, etc. Na inter-relação simultânea são definidos múltiplos sentidos psicológicos para o homem dentro de um espaço simbólico cada vez mais complexo (REY, 2004).

#### 4.4 NOVA CLASSE MÉDIA, NA VISÃO DE SEUS PROTAGONISTAS

Uma visão ampla de um fenômeno social não estaria completa sem um mergulho na realidade. Este momento, fundamental e complementar, da pesquisa realizou-se seguindo os passos explicados na metodologia. Teve como resultado o desenvolvimento de uma breve história de vida de uma unidade familiar que representa bem a nova classe média, a qual é apresentada em continuação.

Mario<sup>8</sup> de 45 anos é um homem esforçado e dedicado, ele e sua família poderiam ser considerados como uma típica família da nova classe média. Ele é originário de Patos de Minas, estado de Minas Gerais, faz parte de uma família simples de quatro irmãos, dos quais um já faleceu. Na sua infância vivia em uma situação mais precária que atual. O pai, homem, esforçado como ele, foi um trabalhador da lavoura de fazendas da região. Durante muito tempo dependeu só do trabalho de peão até poder conseguir seu “troço” de terra de onde tirar seu sustento e manter sua família. Aos poucos foi melhorando a sua situação, chegando inclusive a comprar a sua primeira televisão usada, preto e branco, lá pelos anos 70. Todos os filhos estudaram na escola da cidade em que nasceram. Ele estudou até o segundo ano do ensino médio. A única irmã, entre os quatro, se formou na universidade, o irmão mais velho também se formou, o mais próximo, que mora no mesmo bairro - trabalha com ele há muito tempo. Mario, chegou até a cursar ensino superior, mas trancou e trocou pelo trabalho no comércio.

Ramiro (irmão mais velho) de 58 anos conta como foi esse processo. “Eu terminei o segundo ano do ensino médio, logo fui para Ouro Preto para fazer metalúrgica, fiquei lá um tempo, não me adaptei, aí tranquei dois anos lá, vim, prestei vestibular na UnB para Engenharia Mecânica, não passei, aí eu entrei no comércio, achando que era o que queria mesmo, que vinha muito dinheiro naquela época. Para mim estava ótimo, estava acostumado, assim que estava ótimo. Aí deixei os estudos para lá”.

Mario, não havendo finalizado os estudos em sua cidade de origem, veio a Brasília para continuar os estudos, mas logo depois começou a trabalhar no comércio junto com seu irmão Ramiro e esqueceu-se de continuar os estudos devido ao ritmo do trabalho de comércio ao qual entrou. Nesta época ambos moravam de aluguel na Asa Norte do Plano

---

<sup>8</sup> Todos os nomes aqui citados são fictícios, mas as idades correspondem. Foi feito desta maneira para proteger a identidade dos entrevistados.

Piloto.

Mario mora na Vila Planalto há 17 anos e a sua mudança de qualidade de vida se confunde com a rápida mudança de uma comunidade dinâmica como é a Vila Planalto que, embora perto do centro da cidade, possui características de bairro pacato, onde é possível visualizar pessoas de todos os estratos sociais do Brasil, com uma concentração grande de membros da nova classe média. Ele acabou vindo para este bairro por causa de seu casamento, já que o sogro tinha comprado o lote onde mora atualmente. Saiu do aluguel para ir morar na sonhada casa própria. Embora antes já tivesse outra casa, a quatro ruas da atual. A sua atividade e sua renda também mudaram bastante nos últimos dez anos, principalmente, já que ele deixou de ser empregado de uma banca de revistas para ser dono de seu próprio negócio. Hoje, o terreno de sua casa se divide em dois, entre as instalações da produtora de salgadinho e sua casa. Mora junto com sua esposa Eloisa, de 37 anos, e sua filha Mariana de 17 anos. A sua esposa trabalha com ele e ambos empregam mais três pessoas, tendo uma renda média mensal familiar de \$2.500 reais.

Adquiriu a experiência com salgados trabalhando no Centro Universitário de Brasília (UniCEUB), com o sogro que tinha uma lanchonete. O trabalho nesta, forneceu conhecimento para que ele criasse o seu próprio negócio, a pequena fábrica de salgados. Hoje, é uma microempresa legalizada.

Tudo isso não seria possível sem o apoio e ajuda da esposa Eloisa. Ela é originária de Goiânia, mas chegou em Brasília com um ano de idade. Morou muito tempo na Asa Norte do Plano Piloto e já está há 20 anos na Vila Planalto. Eloisa se considera filha pioneira do bairro. Ela cursou até segundo ano do ensino médio. Manifesta que na época não teve oportunidade para continuar estudando porque, desde nova, sempre trabalhou muito junto aos pais. Com lanchonete, e na correria do dia a dia, acabou deixando de lado o estudo. Não se anima a voltar a estudar, por enquanto. Hoje, considera necessário fazer algum curso profissionalizante, que lhe permita adquirir habilidades e conhecimentos para o trabalho com a microempresa. Mas não consegue começar, pela falta de tempo ocasionado pelo excesso de trabalho diário na fábrica, ainda que considere importante para a empresa seguir crescendo.

Ela explica que, na época, morava em uma rua próxima. Os pais se separam e ela não quis sair da Vila porque gosta muito do bairro e conhece todo mundo por lá. Então, comprou o lote. Tinha uma casa que era de madeira e estava bem deteriorada, que era usada como uma Óptica. No começo, o espaço foi alugado e arrumado aos poucos até ficar em melhores condições, que foi quando se mudaram. Ela conta que compraram este lote onde eles moram e trabalham, principalmente pela tranquilidade, razões que a fizeram se

estabelecer definitivamente na Vila. E com muita razão, segundo explica, já que usufrui de todas as vantagens que tem de morar lá. Além de ser um local tranquilo a sua casa fica bem perto do lago, é considerado um lugar turístico, fica próximo do Plano Piloto e do centro da cidade, o que dá praticidade em morar por lá.

Eloisa conta como antigamente ela trabalhava com a lanchonete. Quando eles se estabeleceram no espaço atual em 2005 aproximadamente é que a empresa foi trazida até a Vila Planalto, mudando de lanchonete para produtora de salgados como tinha dito o marido. A partir deste momento tudo avançou muito rapidamente, aumentaram os investimentos, o espaço foi parcelado e uma parte ficou só para a empresa onde foi construído um local sólido, com cozinha ampla e todo o equipamento necessário para funcionar. Aos poucos foram chegando as geladeiras- hoje tem três- o micro ondas, o fogão industrial, entre outras benfeitorias que tem ajudado o crescimento da microempresa. Da mesma maneira, como diz Eloisa, o aumento do trabalho provocou a busca pela legalidade da empresa e, assim, poder certificar a qualidade dos produtos.

Contudo, a organização é fundamental, como explica o casal. Por não possuírem muito capital de giro, as compras e os gastos devem ser muito bem pensados para poder cumprir com as obrigações trabalhistas com os funcionários e o pagamento dos fornecedores e ainda cobrir as despesas da família. Tudo isto mantendo sempre o padrão de qualidade dos produtos, como afirma Eloisa.

Ora, a grande mudança de padrão de vida que esta família tem vivenciado, principalmente aos últimos dez anos, como eles destacam, não é apenas exclusiva delas. Nesse sentido Ramiro destaca:

...eu acho que geração de meu irmão é a que mais se viu favorecida com as mudanças, o pessoal entre 30 e 40 anos melhorou 100%, conhecidos, primos, todo mundo melhorou 100%. Cresceu mais, adquiriu as coisas mais rapidamente. A minha sobrinha tem todo o acesso a tudo, ela vai para universidade sem problemas. O filho que eu criei, ele é formado, e tudo, ele fez concurso e está muito bem de vida, quer dizer, a vida dele vai melhor que a minha (Ramiro)

A dita melhora, em todos os âmbitos da vida, foi tanto econômica como social. Para Mario, foi aberta para todos um mundo novo, ele passou a conhecer outras pessoas interessantes. O próprio bairro, na opinião dele, mudou muito, com aumento do consumo em geral. Mudanças na qualidade de vida das pessoas, com gente de fora que chegou, e alguns que foram embora.

No caso específico dele, passou a administrar melhor seu tempo ao tornar-se microempresário. “Por um lado tem muito mais correria, dá muita dor de cabeça estar solucionando coisas todos os dias, mas por outro lado dá uma melhoria social, com toda

certeza”.

No consumo deles surgem evidências que sustentam seus comentários. A família em 2010 comprou seu primeiro carro, que já foi pago. Para eles um carro é mais que um luxo é um instrumento de trabalho, mas também dá maior praticidade em suas vidas, considerando ainda que o transporte do Distrito Federal apresenta várias dificuldades, ou seja, a opção de compra de um carro é uma necessidade básica. Neste sentido Eloisa nos conta que ela prefere usar o carro para o deslocamento a lugares próximos, mas não têm nenhum problema de andar de ônibus. Porém, aqui em Brasília, o perto e se torna longe ao mesmo tempo. Por exemplo, a filha dela estuda na Asa Norte, e o trajeto de carro demora 10 minutos, em um dia normal. Se ela for de ônibus, pega dois e demora uma hora mais o trajeto.

Eloisa destaca que recentemente ela e a sua filha viajaram pela primeira vez de avião. Embarcaram em 2010, junto com uma amiga e a filha dela, em uma viagem com programa da CVC, à cidade de Fortaleza de férias, por sete dias, com todas as despesas incluídas. Mario confirma que esta foi uma viagem bastante planejada. Sem dúvidas uma experiência inesquecível. Para esta família são muitas as oportunidades que estão surgindo a cada momento, experiências novas, acesso a produtos e serviços que antes não haviam sonhado em ter.

A respeito do desfrute do lazer e tempo livre, é um ponto que tem melhorado bastante. Até neste quesito, a disciplina e organização é fundamental. Por exemplo, como a empresa é uma empresa familiar e depende de ter sempre alguém presente para viajar. Segundo Eloisa, não tem ninguém que possa ficar cuidando do negócio, então no caso da viagem dela com a filha, o marido ficou. Por outro lado, Mario gosta muito da pescaria, então em feriados e alguns fins de semana, eles chegam a um consenso e ela fica responsável pela empresa.

Mas o desfrute do lazer não significa apenas viagens e aproveitamento do tempo livre. As saídas para comer fora são um item que, como vimos nos dados, tem aumentado muito na nova classe média e a experiência desta família confirma esta situação. Mario destaca que “manejando mais dinheiro e sabendo administrar, você pode ter uma boa vida. Agora eu tenho mais possibilidades de comprar em outras lojas e ter mais saída a para comer fora”. A final, com mais dinheiro, se tem mais mudanças.

Ele afirma também que toda sexta-feira gostam de sair. A circulação em geral é dentro da própria Vila Planalto e vão, com mais frequência, a um restaurante chamado Triângulo Mineiro e o bar da esquina. Sem hesitar, manifestam que a frequência destas saídas aumentaram bastante. Por sua vez Eloisa gosta de sair sempre que é possível. Por

exemplo, uma sexta - feira a noite para ir a um barzinho, dentro da própria Vila Planalto, já virou costume familiar, muitas vezes com música ao vivo e, inclusive, acompanhado de amigos. E concorda com o marido em mencionar que as saídas acontecem todas as semanas. Mas também destaca que gosta muito de convidar grupos de amigos para ir à casa dela.

Em relação às mudanças de consumo, há dez anos atrás, ela assegura que a mudança foi drástica e que a frequência hoje de saídas para comer e beber fora é maior, inclusive comemora a possibilidade de poder até escolher outros lugares diferentes. Ela confirma isto na seguinte frase “antigamente saímos mais para conhecer. Hoje você já sai conhecendo os lugares”. As opções e o tempo para lazer têm se multiplicado inclusive, nos fins de semana. As vezes cada um sai para seu lado. Eloisa é sócia do Clube da Aeronáutica que fica próximo de sua casa, e quando faz um bom dia de sol ela convida alguns amigos e amigas, enquanto o marido fica ou vai para pescaria. Mas tem outros dias que as saídas são em família .

Para Collaço (2004) a possibilidade de tomar refeições fora de casa e a crescente observação dessa prática, muito devido à vida urbana, traz novas possibilidades de interpretação do comer. Para a autora, a alimentação deixa de ter um papel central na vida familiar e doméstica, isto fundamentalmente associado ao maior acesso a restaurantes, somado a uma série de produtos industrializados que oferecem pratos prontos, verduras congeladas, doces, etc. comprados e consumimos facilmente.

Afirma-se, por outro lado, que apesar da família ter mais acesso ao consumo de lazer e saídas para comer fora, inclusive experimentando coisas diferentes, em geral não costumam comer coisas desconhecidas ou diferentes das habituais. Isto demonstra, de certa maneira, como são mantidas certas tradições de consumo, mesmo havendo a possibilidade de mudança. Mario menciona, neste sentido, que a comida fora não muda tanto porque as tradições dos lugares aonde vão, são de pessoas de onde ele vem (Minas Gerais). Portanto, é a comida tradicional que eles procuram mais, tanto de Minas Gerais, como de Goiás. Ao final, diz, a rotina acaba ficando quase igual, tanto em restaurantes como barzinhos. As saídas para ele é mesmo para descontrair. Para Eloisa é um pouco diferente, ela confirma que nas saídas não muda muito as comidas em relação ao que é feito em casa, mas é lógico que tem algumas coisas diferentes como camarão, por exemplo.

Destaca-se, nesse sentido, que o comer fora é um hábito cada vez mais comum, sobre todo entre pessoas provenientes de uma classe média urbana (COLLAÇO, 2003, 2004), ajudado entre outras coisas pelo maior acesso a restaurantes. Desta maneira, comer fora decorre de deslocamento das refeições tomadas em casa para fora desse limite e que

responde, em parte, a uma crescente impossibilidade de conciliar todas as atividades assumidas na rotina diária. Comer fora seria uma forma de pertencer a um mundo centralizado no trabalho, na economia de tempo, e por outro lado, comer em casa seria uma ligação ao passado, ao “antigo” (Collaço,2004).

Na questão de compras cotidianas as mudanças também foram radicais. Em geral eles mantêm os mesmos locais de sempre, mas as quantidades, o tipo de comida e a frequência mudou em função das compras feitas para a empresa. Mario destaca que as compras são feitas basicamente no “Atacadão” ou no “Extra”. Eloisa complementa dizendo que o que define o lugar de compra são os preços e as promoções, “como tem compras para empresa de grandes quantidades de um produto, é conveniente, pelo preço do dia, mudar de empresa ou de supermercado”, afirma. Ela costuma considerar muito a variável custo-benefício. Em casa as compras são quase todos os dias em função dos requerimentos da empresa e vão junto com compras da casa. Para Eloisa a explicação desta conduta é simples, hoje não tem necessidade de comprar, como antigamente, por que os preços não variam e ainda tem muito mais opções de escolha de lugares para fazer as compras, procurando a melhor relação preço-qualidade. Por outro lado, como eles manejam dinheiro em quantidades variáveis no dia a dia, é o melhor jeito de aproveitar esta flutuação. No final das contas, nunca falta nada.

É interessante esta percepção da estabilidade econômica, que vem junto com uma inflação controlada, internalizada dentro deste núcleo familiar, inclusive com uma visão histórica de uma situação recente, como foi a hiperinflação dos anos 90. Isto permite, de acordo com a entrevistada, uma certa liberdade de escolha em função da necessidade e do melhor preço, sem esquecer da qualidade e ainda podendo escolher o local. Sem dúvidas, este depoimento demonstra como o aumento da renda associado a uma estabilidade macroeconômica do país, e o aumento da concorrência no varejo, permitiram a expressão de determinadas condutas de consumo que, em outros momentos do país, eram inviáveis para uma grande porção da população.

Eloisa manifesta que, em sua família, por ter uma tradição de comércio com alimentos, as compras em geral sempre foram assim. Mas, acusa que o marido exagera um pouco. Por exemplo, na compra de frutas e verduras ele compra demais. Por outro lado, ela não gosta das comidas congeladas, ainda que sejam práticas, prefere os produtos mais frescos. Esta conduta mencionada é mais recente. Em relação ao consumo de orgânicos, Eloisa acredita na necessidade de adquirir este tipo de produtos que fazem diferença na sua saúde, ainda que sendo mais caros. Porém, alega falta de tempo para ir atrás deles. Ela tem a intenção de compra, sabe onde encontrar, mas manifesta falta de tempo para isso.

Por fim, destaca uma vez mais que, hoje em dia o estoque excessivo de produtos não é necessário porque a variação de preços, na sua percepção, não muda muito, além de que a concorrência permite ter mais escolhas. Destaca que as compras, em geral, são feitas sempre de comum acordo, incluindo a filha adolescente nestas decisões, o que dá um controle, certamente, dos gastos e, por consequência, de um melhor aproveitamento do dinheiro.

Quando as compras são de outra ordem, Eloisa assegura que seu jeito de comprar não mudou muito, se tem que comprar alguma coisa, ela já vai direto ao que ela quer. Manifesta não ter muita paciência de passear no *Shopping*, diferente de algumas amigas. Ela é enfática ao dizer que “as pessoas ficam olhando as promoções que não podem comprar. Eu não sou muito assim, se preciso comprar alguma roupa ou alguma coisa, já sei mais ou menos as lojas, já vou... e não fico lá”. Embora concorde que, às vezes, é bom dar um passeio no *Shopping*, mas o passeio é mais para ir ao cinema. É sua maneira particular de ser, frente a estas situações e com a melhora da renda não mudou.

Um fato importante, que foi constatado, é que a frequência de certas comidas e bebidas aumentaram bastante. Mario afirma que hoje compram mais, e fazer um churrasco de fim de semana tornou-se um costume, alegando ter mais condições para isto, como uma razão para explicar este aumento da frequência. Porém, a situação parece ser um pouco diferente, segundo Eloisa, a proteína de origem animal é de consumo diário, mas considera que deveria ser menos. E alega falta de tempo para fazer uma boa salada, no dia-a-dia. Por outro lado, é interessante que ela manifesta a sua preocupação em relação ao consumo muito frequente da carne, ainda manifesta que ninguém reclamaria a falta dela se esta fosse retirada do cardápio, ao menos uma vez por semana.

Em relação à preparação das comidas nos finais de semana, ambos gostam de cozinhar e de compartilhar com os amigos. Isto era esperado, considerando que têm uma empresa de produção alimentícia, administrada pelos dois. Já na maneira de cozinhar, segundo manifestado por Eloisa, a variedade de preparações é ampla, ela evita repetir, ainda tenta colocar bastante salada, legumes e hortaliças em geral. E o resto varia entre feijão com arroz, filé de frango, carne cozida, peixe, etc. Inclusive, todas as quartas-feiras compram peixe, que é feito no mesmo dia. Por sua vez, o mais comum para beber nas refeições é o refrigerante cola da marca Coca-Cola, semanalmente está presente o consumo de cerveja. O vinho raras vezes é consumido, assim como outras bebidas alcoólicas. E fora as refeições principais, eles consomem bastante café e leite, principalmente a filha, Mariana, que bebe quase um litro por dia.

Para complementar, não faltam frutas. Segundo Eloisa, sempre tem em casa e são especialmente consumidas por Mario e Mariana. Por outro lado, raramente compram carne de soja (Proteína de soja texturizada) ou biscoito. Para preparar os alimentos utilizam óleo de soja ou azeite. Já teve mais uso de óleo, porém hoje o acesso ao azeite é muito melhor, mais barato e com maior variedade. Eloisa ainda se preocupa em consumir pouco sal, visando ter uma alimentação mais saudável, segundo ela comentou. Por último o que nunca falta em casa é molhos prontos, principalmente: maionese, mostarda, *ketchup*, que são consumidos mais por Mario que por ela.

Quando foi conversado sobre saúde surgiram algumas questões interessantes. Mario, nos conta que tem tendência a pressão alta e que é uma problema familiar. De fato, o irmão nos confirma isto, ele também padece desta doença. Ainda mais, nos disseram que no momento da entrevista ele estava realizando exames gerais para saber como está a situação de saúde. Por sua vez, Ramiro nos conta que o pai deles morreu por Doença de Chagas, que é uma enfermidade associada a certa precariedade de vida, especialmente da moradia, que é onde muitas vezes o barbeiro se esconde, em paredes mal acabadas ou esburacadas. Por outro lado, junto com a tendência à hipertensão, Mario nos conta que voltou a fumar depois de um tempo e que, ainda reconhecendo que faz mal para saúde, lhe ajuda em momentos de estresse. Estes momentos de estresse, segundo afirma, não são poucos e os associa como origem principal da oscilação da sua pressão. O estresse tem origem devida às preocupações constantes com o funcionamento da empresa, principalmente, questões de dinheiro, pagamentos e trato com o pessoal. Ele atesta que “mesmo tendo melhorado a condição de vida, isto teve seus prós e seus contras. Disse, “eu fumo agora, mas já parei um tempo, logo volto e assim vai. Acho que o estresse tem a ver com voltar a fumar, com certeza”.

Eloisa confirma que a vida deles hoje é um pouco menos saudável do que há uma década e cita vários fatores que confirmam esta situação. A alimentação deles tem piorado um pouco pelo aumento do consumo de alimentos em geral. O negocio próprio faz com que seja difícil, às vezes, separar o que é produzido em casa e na empresa, considerando ainda que fica no mesmo espaço. Alega falta de tempo para exercício físico, principalmente por comodidade e certa falta de disciplina. Ela reconhece que precisa retomar uma rotina de exercício e incluir o marido, já que ele não é muito constante com isto também.

É interessante pensar como existe uma noção repetida de que o tempo é algo importante, embora haja um suposto controle e disposição, pelo tipo trabalho que se tem, parece que não se consegue uma boa administração dele, e claro, a pouca separação física do trabalho e da casa parece complicar essa situação. Para fazer esta separação efetiva do

espaço de trabalho e da casa como refúgio, acabaram comprando um espaço totalmente separado para “fugir” da rotina.

Eloisa, por outro lado, declara não ter nenhuma doença do tipo crônico-degenerativa, mas que em sua família tem antecedentes de pessoas próximas com hipertensão, problemas cardíacos e câncer. Reconhece ainda, que deve se cuidar por estes antecedentes familiares e que faz o que é devido para prevenir. Ela acha que a situação de saúde de seu entorno mudou na última década também. Antes as pessoas não tinham tanto recurso para ir ao médico, às vezes as pessoas tinham alguma doença e quando visitavam o médico a situação muitas vezes já era crítica. Hoje, pelo contrário, tem mais recursos para isto, diferente de antes. Ainda mais, Eloisa acredita que hoje não se têm mais doenças do que havia antes. Na verdade, muita coisa já existia só que não havia a divulgação e o acesso à informação que se tem hoje. O interesse das pessoas por conhecimento também aumentou. Este excesso de informações faz com que as crianças amadureçam muito rápido, até mesmo passando diretamente para a etapa adulta, como ela acredita que está sucedendo, provocando a “banalização de muitas coisas”.

Nesse sentido, para se ter acesso às tecnologias da informação, à mídia e ao conhecimento em geral, a família declara ter um computador do tipo *notebook* que pertence à filha do casal, mas que é usado por todo mundo. É o primeiro da casa. Ainda, contam com conexão à Internet, telefone fixo e cada um tem um telefone celular. Eloisa acredita que todas as facilidades que se tem hoje ao acesso à informação faz com que as pessoas estejam mais informadas que antes, porque elas procuram saber mais. Para ela ocorreu um aumento do interesse. Hoje, as pessoas de seu entorno se apresentam mais interessadas na política e tem Internet como ferramenta fundamental para pesquisar, seja em casa ou em *Lan houses*. Comenta que, provavelmente, não são todos os que vão atrás das informações, mas uma grande maioria. Para ela, isto faz com que as pessoas tenham mais tempo de conversação também. De fato, até os empregados da fábrica conversam mais abertamente de vários assuntos da atualidade. Por outro lado, destaca que na televisão a forma de jornalismo também está diferente. Sente uma proximidade maior com os temas tratados o que faz, a seu entender, que aumente o interesse das pessoas por assistir o jornal e outros programas “já que de qualquer forma, direta ou indiretamente, tá indo para você”. Pelo contrário, tempos atrás, para ela era difícil ver alguém falando de política, por exemplo. Hoje não, a política é um assunto totalmente normal. Isto, para eles é refletido no interesse das pessoas por quererem saber mais. Eloisa afirma que, inclusive, ela “não ligava para estas questões”. Hoje, até a filha é incluída nas conversações importantes. Ao final, tem muito a ver com a massificação das comunicações, afirma.

Por fim, é preciso destacar que com toda a correria do dia-a-dia desta família batalhadora, a prosperidade cada vez mais alcança novos limites, até algum tempo atrás inimagináveis para eles. Hoje, fora a casa, a empresa, e os bens que possuem, acabaram de comprar, no final de 2011, uma chácara de lazer a 100 quilômetros de Brasília em direção a Unaí, estado de Minas Gerais. Convidados por uns amigos compraram 500 metros quadrados de um lote de 2 mil metros que foi dividido entre quatro casais, todos amigos. Este é hoje o sucesso mais comemorado por Eloisa já que o considera o local ideal para descanso de fim de semana. Ele fica perto de uma cidade de tamanho médio - Unaí - perto de um lago ideal para pescaria e banho, rios, rodeado por natureza e por trilhas para contemplação. O espaço fica dentro de um condomínio fechado com segurança, luz e toda infraestrutura necessária. No presente ano pretendem começar a construção de um chalé. Sem dúvida, parece ser um sonho de consumo de lazer em família, fruto do esforço e da tenacidade de como têm enfrentado a vida e as oportunidades que ela está lhes brindando.

Para Ramiro, a classe média e as classes D e C tiveram mais oportunidades nos últimos tempos. O poder aquisitivo melhorou, gerando acessibilidade a bens e serviços, como viagens de avião, por exemplo. Para ele, todas as áreas da vida do ser humano, de dez anos para cá, melhoraram muito, na saúde, na longevidade, etc. Com o aumento do poder aquisitivo, as pessoas estão podendo comprar mais coisas, com muito dinheiro ou com pouco, porque tem mais facilidade e mais acesso. Afirma que antes tudo era muito travado, quem tinha dinheiro tinha, quem não tinha juntava para comprar bens e serviços. Hoje tem mais facilidades, você compra um carro ganhando pouco, você pode comprar a televisão ganhando pouco. De fato, pode-se gastar muito, paga-se duas vezes mais, mas se compra, portanto, houve melhora na possibilidade de acesso.

Assim, pode-se identificar no discurso deste grupo familiar, algumas das grandes mudanças que a nova classe média experimentou, principalmente nos últimos anos. Destaca-se fortemente o caráter empreendedor e lutador deste grupo de pessoas que, aproveitando as conjunturas socioeconômicas, souberam seguir adiante com projetos pessoais e familiares, fortalecendo sua “nova” posição socioeconômica. Por outro lado, se percebe uma mudança nos padrões de consumo, em vários níveis, que estão em concordância com muitos dos dados secundários analisados anteriormente. Destaca-se o consumo de bens duráveis, como eletrodomésticos e carro, além de um aumento no consumo de alimentos industrializados, como refrigerantes, cervejas e proteína animal, principalmente carne.

Finalmente é importante considerar que o aumento ao acesso à informação, por meio da internet principalmente, pode fazer com que as pessoas sejam mais conscientes de

certas coisas que acontecem em sua volta. É assim que temas como: política, saúde e educação são destaques no discurso analisado.

#### 4.5 NOVOS PARADIGMAS DE PRODUÇÃO E CONSUMO

A identificação de todos aqueles estilos de vida orientados pelo consumismo é que servirá de umbral para tipificar consumos não sustentáveis. Estes dados a serem investigados nos atores estratégicos requer que se revise criticamente, para a América Latina, os dados de IDH e os níveis de pobreza para incorporar a medida ou estimativa de como os padrões de consumo das comunidades pobres ou isoladas da região incidem no consumo global em relação a seus próprios níveis de desenvolvimento humano, por exemplo (BUARQUE, 1990). Da mesma maneira deveria considerar-se para a população emergente da nova classe média. A relação constitutiva entre corpo e alienação precisa ser retomada a partir desta nova perspectiva dada pela realidade social na qual nos encontramos: chegamos a um estágio tal de descartabilidade, desterritorialização, descontinuidade temporais, que o fetiche ganha um estranho formato nesta nova era tido como “do acesso”: de não haver mais um objeto a ser consumido, mas apenas gozado (FONTENELLE, 2005).

Nesse sentido Morais & Costa (2010) apresentaram uma capítulo introdutório na publicação: Novos paradigmas de produção e consumo, experiências inovadoras, que traz vários eixos temáticos que se mostram como fundamentais para uma discussão da mudança nos padrões de produção e de consumo. Estas propostas se embasam em dificuldades globais, que com as devidas adaptações, podem ter uma aplicabilidade no contexto nacional-local.

A primeira das propostas destaca a necessidade de colocar **uma agenda ambiental clara**. A magnitude do fenômeno das mudanças climáticas e dos desastres ambientais põe na agenda mundial o debate sobre alternativas e a urgência em transformar os padrões de produção e consumo. A mudança da matriz energética, as práticas agroecológicas no campo, o padrão de mobilidade urbana e o uso racional da água são alguns dos temas discutidos neste campo e que se tornarão ainda mais presentes no futuro próximo.

Por outro lado **o bem viver**, relacionados ao bem-estar e à felicidade tem ficado subordinados aos objetivos de crescimento econômico e à permanente busca pela acumulação de capital. Em concordância com outros autores Morais & Costa (2010) também destacam que o PIB se revela como uma medida insuficiente para mensurar a qualidade de vida de uma população. Ou seja, se o objetivo principal do desenvolvimento

passar a ser a melhoria da qualidade de vida da população, não faz sentido qualquer crescimento econômico que não traga a redução da pobreza e a inclusão social. A redefinição da felicidade como fim maior da sociedade é uma mudança de paradigma que requer, uma revisão crítica de conceitos como desenvolvimento e subdesenvolvimento. Por sua vez a **colaboração**, como protagonismo das redes colaborativas tem se apresentado como uma solução para muitos pequenos empreendimentos. A colaboração é uma tendência a ser considerada quando se discutem novos paradigmas de produção e consumo e deve ser entendida de forma abrangente e voltada à governança participativa, de modo a reforçar a centralidade da atuação da cidadania e suas representações coletivas, assim como as potencialidades do território local.

No âmbito da produção e do consumo, verifica-se uma ainda tímida mudança no papel do comportamento dos atores envolvidos. A emergência de termos como consumo responsável, ético, consciente, entre outros, bem como de investimento social e cidadania corporativa, vão em um caminho certo, mas ainda muito incipiente. Mas a **corresponsabilidade** transborda a esfera da produção e do consumo, fenômeno que está gerando novos atores e movimentos sociais e que pode ser ilustrado pelo conceito de responsabilidades humanas compartilhadas. Esta proposta pode trazer mudanças ligadas à responsabilização dos indivíduos pelos problemas e desafios ambientais de nosso mundo. É um pensamento que afirma a capacidade de indivíduos e cidadãos de atuarem na construção da realidade existente.

Nesse contexto a **governança democrática** é um elemento absolutamente central, uma vez que vivemos em um cenário em que as soluções dos impasses atuais passam pelo reconhecimento da existência de novos atores sociais e políticos, pela socialização do poder, pela descentralização das estruturas de gestão, pela radicalização da democracia. O repensar das estruturas decisórias e de participação popular em prol de um novo paradigma civilizatório se coloca neste momento como relevante e pertinente. Nesta direção, o território precisa ser compreendido como o conjunto das relações sociais que constituem as formas de produção e de consumo locais, de modo a estabelecer e construir novos caminhos a partir do fortalecimento da democratização.

Para lograr todo o mencionado anteriormente deve estar presente dois elementos importantes, que se manifestam em uma direta relação com a governança democrática. Primeiro os **processos de desintermediação**, a intermediação se tornou a atividade que mais se apropria da renda na economia, não porque de fato agrega valor, mas simplesmente porque controla o caminho entre os interessados em oferecer e obter algo. As intermediações devem existir, quando realmente necessárias. Criar canais alternativos de

intermediação leva a condições mais justas em diversos setores. A comercialização direta dos produtores com os consumidores e bancos comunitários são exemplos de como a desintermediação pode gerar condições mais justas para produtores e consumidores. Junto a isto a **valorização do local**, do território, tende a se fortalecer como o espaço de construção da vida, da cultura, da política e também das relações econômicas. É necessário pensar numa mudança da cultura do desenvolvimento, em que uma comunidade deixa de ser vista como ator passivo, que espera pacientemente, para se converter no responsável pela construção de sua própria história e transformações. Assim, melhoram-se as condições de participação e de decisão por parte dos cidadãos que passam a atuar com base em práticas e soluções articuladas a partir de demandas específicas e a partir dos problemas do território.

Mas como visar tudo isso em um contexto produtivo e de constante inovação? A **inserção sócio-laboral na geração de empregos “verdes”** pode ser a resposta a esta questão. Enfrentar o desemprego e a falta de trabalho para grandes contingentes de pessoas, especialmente para os jovens, precisa ser equacionada de maneira coerente com a necessidade de construção de novos paradigmas de produção e consumo, considerando os desafios da degradação ambiental. Não se trata mais de ampliar a produção de automóveis ou empregos similares. Os “empregos verdes” se apresentam como os propulsores-chave em direção a um desenvolvimento econômico, social e ambiental. Estes empregos podem ser criados em todos os setores, em áreas urbanas e em zonas rurais, envolvendo desde o trabalho manual até o altamente qualificado. Frente à perda de empregos ocasionada pela crise, alguns países têm voltados suas políticas de reativação e de estímulo econômico em setores “verdes”, como energia eólica, solar, térmica, biomassa, hidroelétrica, geotérmica. Estas medidas, além de contribuírem para a transformação da matriz energética atual, geram empregos, incluem os menos favorecidos e melhoram a eficiência energética em edifícios, no transporte público, nos aparelhos elétricos e nos automóveis, bem como ampliam a diversificação de energia limpa e renovável.

Por fim, esses elementos devem ser entendidos não somente como alternativas econômicas de produção e de consumo, mas como um potencial emancipador. Deverão propor alternativas capazes de atuar em diferentes escalas, desde a local até a global. O desenvolvimento exitoso de práticas que respondam a estes elementos depende, em grande medida, da integração dos atores no território, que consigam atuar em redes de colaboração e de apoio mútuo, bem como construindo novas relações com o aparelho governamental (MORAIS & COSTA, 2010). E mais, nas áreas do conhecimento serão necessários compor um arcabouço teórico, que “defina novos propósitos éticos para a

civilização, uma racionalidade econômica compatível com estes propósitos, e uma globalidade, captada através da ecologia” (BUARQUE, 1990. p. 35).

### **Estratégias oficiais para a mudança de paradigma**

A mudança econômica e social atingiu uma grande parcela da população. Por sua vez, as práticas de consumo desta população põem mais pressão no meio ambiente por se enfrentar um aumento massivo de extração de recursos materiais para poder responder às necessidades de consumo de parcelas cada vez maiores da nova classe média no país e no mundo. Neste sentido, para Amazonas (2002) a discussão sobre sustentabilidade, independente da perspectiva analisada, envolve duas questões que devem ser pontuadas: as razões para promover a sustentabilidade e as condições para que esta sustentabilidade aconteça de fato. Em primeiro lugar, a necessidade da sustentabilidade responde a razões éticas, a uma ética da perpetuação. Com relação à segunda questão, as condições para a realização da sustentabilidade, ainda hoje, diversos conceitos e critérios são propostos. Isto não é diferente no quesito do consumo sustentável e das estratégias oficiais a este respeito.

Para tentar administrar da melhor maneira esta situação o governo brasileiro lançou, no final de 2010, duas políticas sobre questões complexas e polêmicas, como a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) e o PPCS. A justificativa para a PNRS ter sido lançada primeiro, é que o PPCS não se sustentaria sem uma PNRS, portanto, são políticas complementares. A PNRS só saiu nos últimos momentos da pauta governamental do Governo Lula, pois demandava grande articulação, afinal, demorou 21 anos para sua aprovação. Ela traz como principal ferramenta a implementação da logística reversa, que consiste na responsabilização, por parte da indústria, pelos materiais nas etapas de consumo e pós-consumo. Ainda hoje não são numerosas as Organizações Não Governamentais (ONGs) que atuam na área do consumo sustentável. Isto pode se justificar pela democratização atrasada do país (a partir dos anos 80). A PNRS demorou 21 anos, pois existem grande dificuldade em se estabelecer na sociedade, pois afeta tanto os consumidores quanto as indústrias poluidoras. Duas coisas são revolucionárias desde sua formulação: uma é o princípio da responsabilidade compartilhada entre o setor público e o setor privado (compreendendo consumidores e produtores). Pois até então não havia mecanismos de compartilhamento, o que ainda evoluiu muito pouco. Enfim, estabeleceu-se, portanto, a logística reversa obrigatória nas principais cadeias mais poluidoras: as pilhas e baterias; lâmpadas contendo Na e Mg; resíduos da construção civil; eletroeletrônicos e pneus (BRASIL, 2010b).

Foi realizada uma avaliação da evolução na questão do consumo e da produção

desde 1992. Evidenciou-se que muito se desenvolveu no campo da produção limpa, por causa da influência principalmente de Maurice Strong<sup>9</sup>, no engajamento do empresariado, e do relatório Brundtland (WCED, 1987), que colocou o quanto as empresas estavam causando externalidades ambientais. Assim, observou-se que o empresariado investiu e desenvolveu mecanismos, principalmente de eco-eficiência, reduzindo custos no aproveitamento de seus recursos. Identificaram-se três medidas principais: redução do uso de recursos naturais e externalidades negativas; aprimoramento dos processos de produção com menos uso de água e energia; e gerenciamento racional dos resíduos. Sem haver um questionamento profundo ao teor dos produtos (BRASIL, 2010b).

Quanto ao consumo, foi-se trabalhando no consumo responsável, ou seja, o cidadão tem direito à livre escolha, mas pode ser direcionado a escolhas inteligentes, que possam reduzir as externalidades das empresas, e que contribuam com a cidadania ambiental. Embora, o consumo responsável dependa tanto dos cidadãos, enquanto indivíduos, quanto da coletividade, enquanto cultura, a reflexão sobre o consumo não avançou muito desde 1992, não havendo, portanto, mudanças significativas. Uma razão importante para explicar esta aparente inatividade tem haver com o excessivo consumo dos países ricos em comparação com os menos desenvolvidos (BRASIL, 2010b). Como já foi dito, constata-se que parte da população mundial consome demais, e parte que consome bem menos. Nesta lógica, países em desenvolvimento tem o direito a consumir, pois sua demanda encontra-se reprimida, mas como manejar de maneira adequada este aumento acelerado do consumo, principalmente na nova classe média, possuidora da “bola da vez”?

O PNUMA procura ajudar os países a desenvolver suas políticas de consumo consciente, especificamente para evitar que os governos invistam em criar modelos novos, podendo aplicar modelos já criados para os mesmos problemas. Foi identificado os seis países que mais avançaram neste sentido, como exemplo, nas licitações sustentáveis, pode-se citar a Suíça e a Inglaterra. Quanto ao critério “estilo de vida” se destaca a Suécia como um padrão de sustentabilidade (BRASIL, 2010b).

Por outro lado destaca-se o acordo de Marrakesh, como uma ferramenta de transformação social visando uma produção e consumo sustentável. Consiste em um processo global de suporte à elaboração de um plano estrutural (10-Year Framework of Programs - 10YFP), reclamado no Plano de ação estabelecido em Johannesburg, durante a Rio+10 (*World Summit on Sustainable Development*). Os objetivos do processo de Marrakesh foram: prover ajuda aos países do mundo em seus esforços de tornar suas economias verdes; ajudar corporações a desenvolver modelos de negócios verdes; e

---

<sup>9</sup> secretário-geral da Eco-92

encorajar consumidores a adotarem estilos de vida mais sustentáveis. O Brasil é signatário deste acordo, o que implica estar envolvido em um processo que busca estabelecer metodologias e ferramentas para o consumo e produção mais sustentável. Neste sentido, no âmbito regional do Mercosul, estão sendo desenvolvidas eco-normas, para orientar os temas tratados no PPCS a nível local (BRASIL, 2010b).

No Brasil promoveu-se uma participação da população nas questões de interesse nacional, como saúde e meio ambiente, por meio de consultas públicas dos planos através da internet. Estas consultas foram divulgadas pelo Ministério do Meio Ambiente (MMA), com um enorme esforço de divulgação, através de correios eletrônicos enviados a mais de 56 mil endereços, vinculados às redes do Conselho Nacional de Meio Ambiente (CONAMA) e da educação ambiental, além de atores estratégicos e organizações que trabalham com consumo e com produção. Desta maneira, o principal resultado esperado com o PPCS será fomentar no Brasil novos padrões de sustentabilidade na produção e, especialmente, no consumo. A estratégia fundamental é a criação de multiplicadores, por meio de parcerias. O MMA tem legitimidade e pode usar as novas tecnologias pra chegar direto nos consumidores. Existe um processo de sensibilização, depois uma consulta pública, e finalmente uma política pública.

Foram identificadas, nos últimos anos no Brasil, inúmeras iniciativas em produção e consumo sustentáveis no âmbito das três esferas do governo, no setor produtivo e no segmento da sociedade civil. Entres estas pode-se destacar: Campanhas de consumo consciente, compras públicas sustentáveis, estímulo às cooperativas de catadores, resíduos sólidos e varejo sustentável, entre outros. Todas estas orientadas a diversos âmbitos da produção e do consumo, mas com um forte apelo ao consumidor, seja individual ou coletivo. É muito importante promover a acolhida de iniciativas e esforços da sociedade civil neste âmbito. Atualmente, está em elaboração um “guia visão de sustentabilidade”, com 20 empresas consideradas modelo de sustentabilidade. Empresas simpáticas à questão criaram mecanismos e espaços para a prática da sustentabilidade. Muitas têm o apoio de organismos internacionais. Assim, o PPCS dá oportunidade do setor produtivo apresentar o que está fazendo sobre a questão. Se encarregam de agregar a iniciativa voluntária, que é aquela que existe independente de legislação específica, ou apoios governamentais, quando a sociedade se organiza para ter impacto na causa em que está trabalhando. Assim, o PPCS visa acolher planos que tenham metas e estratégias definidas nos diversos setores, assim como promover parcerias (BRASIL, 2010b).

Das 17 prioridades iniciais levantadas no PPCS, selecionou-se as 6 principais e mais viáveis, que estão dentro da governabilidade do MMA. São elas: Varejo e consumo

sustentável, Agenda Ambiental na Administração Pública, educação para o consumo sustentável, aumento da reciclagem de resíduos sólidos, compras públicas sustentáveis, e promoção de iniciativas de produção e consumo sustentável na construção.

É interessante pensar que em um país de tamanho continental, como o Brasil, existe o desafio de como chegar à ponta, à população. Identificou-se o varejo como o principal aliado nesta empreitada. Assim, debater o consumo de varejo é um dos caminhos. Os supermercados são o templo moderno do consumo e fazê-los assumir compromissos de parceria, transforma-os em centros de educação para o consumo sustentável. Este conceito de cooperação é de suma importância, levando-se em consideração as mudanças do consumo interno fortemente influenciadas pela nova classe média. Como exemplo, a rede *WalMart* já obriga os seus principais fornecedores a adotarem critérios de sustentabilidade, não apenas aparentes, mas estruturais, como transformar suas marcas líderes em produtos orgânicos ou eco-eficientes, provocando todo um efeito sistêmico benéfico na cadeia produtiva, tornando-as sustentáveis. A importância do varejo no mundo é cada vez mais estratégica, estes são os novos atores para atingirem a sustentabilidade (BRASIL, 2010b).

O MMA tem que trabalhar na conscientização do consumo. O Brasil evoluiu muito nos direitos sociais, mas pouco no campo dos deveres da cidadania, portanto, o consumo deve tornar-se uma pauta mais importante. Como exemplo, a população junto à administração pública precisa trabalhar estrategicamente sobre as ondas intermináveis de lixo eletrônico, pois, estes produtos já não tem mais a vida útil que tinham no passado recente. Levando em consideração todos estes esforços internacionais, avaliados a cada dois anos em reunião global e anualmente em reunião interseccional na Comissão de Desenvolvimento Sustentável da ONU (CDS/ONU), o PPCS é um programa nacional que está vinculado a diversos encadeamentos internacionais, que permitiram a sustentação no tempo independente do governo que atue.

Contudo a discussão da mudança de paradigma aqui trazida deve estar livre de uma visão, apenas conservacionista que visa superar o antropocentrismo. Para Buarque (1990) é necessário uma visão que leve ao antropocentrismo à modéstia de uma espécie que sabe que seu poder é limitado, e cuja sobrevivência depende de um projeto civilizatório que esteja em concordância com a Mãe-Terra. Esta construção social de sustentabilidade reivindica a elaboração de um novo conceito de comunidade que, revitalizando os espaços de diálogo, se configure como lócus da afirmação da pessoa humana. Com certeza esta é uma tarefa árdua para a qual convergem, esforços de diversos campos de ação humana. Um deles é o campo educacional, em especial o campo da educação socioambiental. Neste campo a complexidade da problemática socioambiental tem frutificado em novas

metodologias, estratégias e novos olhares sobre a significação do que é educar. Bebendo em fontes variadas, a educação ambiental tem chamado para si um conjunto de práticas que antes estavam representadas apenas no universo da educação popular e dos movimentos sociais (MAKIUCHI, 2011).

Para Makiuchi (2011) a educação ambiental reflete a ambiguidade da modernidade contemporânea. Em um extremo, pode apresentar-se como responsabilidade por outrem e pelo ambiente, na radicalidade de uma pedagogia da alteridade que oferece um discurso crítico, balizado por um pensamento complexo, das dimensões conflituosas da sociedade moderna, situando-se desta forma como um processo de humanização historicamente contextualizado. Noutro, pode apresentar-se como uma visão ingênua, ainda dentro do paradigma moderno do pensamento fragmentado, oferecendo como substrato da aprendizagem a formação de bons comportamentos em relação ao meio ambiente e aos outros, sem entretanto, se perguntar sobre seus próprios fundamentos. Porém, Makiuchi afirma que a educação ambiental, ao assumir a alteridade como seu ponto de partida, instaura na gestão, um diálogo que apresenta mundos de cada sujeito no discurso; um ambiente que ao ser apresentado pelo sujeito passa a ser seu ambiente, sua casa, seu lugar de vida. Resgatando desta maneira uma historicidade. O diálogo explicita o caráter de confronto de mundos, de ideias, de visões, de desejos e de interesses referentes a um ambiente que também possui sua própria externalidade, quando o sistema teórico dos paradigmas objetivantes do conhecimento moderno, não é capaz de assumir esta visão. Neste sentido, Morin (2000) afirma que o indivíduo age sobre a sociedade e vice-versa e que para o ser humano passar de um indivíduo a um sujeito, deve ultrapassar a dimensão biológica, chegar ao conhecimento e atingir a complexidade a qual todos nós pertencemos. Grandes desafios, em campos diversos da vivência humana, nunca são parceláveis e os problemas globais são cada vez mais essenciais.

No contexto desta pesquisa, a educação socioambiental deve ser foco de maior atenção na mudança de padrões de consumo da classe média visando a sustentabilidade deste consumo. Isto é, compreendendo que as mudanças de comportamento dependem tanto de fatores externos como internos, contingências locais e nacionais, assim como desejos, visões e estruturas de pensamentos.

Na medida em que as políticas públicas se concentrem, cada vez mais em trabalhar no paradigma da complexidade que permita uma melhor compreensão dos fenômenos, os resultados esperados de programas como o PPCS, podem dar muito certo e no menor tempo possível. Ainda mais, considerando que as pessoas em processo de ascensão social fazem parte de um grupo social em formação e em constante dinâmica, podendo ser

desta maneira muito maleáveis e influenciáveis pelas suas aspirações de consumo e toda a propaganda que a envolve. Mas, por outro lado, são pessoas determinadas e esforçadas que sabem se reconhecer em um *status* diferenciado, capazes de influenciar na economia e nas mudanças que estão acontecendo, tendo desta maneira um enorme potencial de transformar-se em agentes ativos desta mudança de paradigmas de produção e consumo sustentável.

## CONCLUSÕES

“As unidades de informação são as que criam a realidade, não as unidades de matéria, nem energia” Vladko Vedral.<sup>10</sup>

Vivemos num mundo desenvolvido que parece não sair da estagnação econômica. A Europa está sofrendo por falta de liderança política e sem saída à vista para a crise, Os EEUU, com altos e baixos, vendo cada vez mais sua influencia internacional ser diminuída a nível mundial. Por outro lado, os países emergentes e em desenvolvimento se vislumbram cada vez mais como os motores econômicos do mundo nesta nova ordem mundial.

Nesse contexto o consumo, como foi visto, é um dos pilares cada vez mais fundamentais deste mundo, chamado por alguns, de pós-industrial. No Brasil, o acesso ao consumo de uma grande parcela da população foi restrito durante muito tempo, mas recentemente esta situação mudou. Hoje mais de 50 % da população faz parte da denominada classe média, desta porcentagem um grupo grande é formado pela denominada Nova Classe Média.

Essa NCM tem adquirido padrões de consumo característicos que, de certa maneira, representam a maneira com que esta faixa da população se desenvolve no mundo por meio das escolhas que fazem ao momento de consumir. No entanto, como vimos durante esta pesquisa, o fenômeno da NCM e os padrões de consumo dela, são campos dinâmicos e altamente complexos. É uma classe em constituição, fenômeno social e político novo e muito pouco compreendido. Esta complexidade é possível ser visualizada ainda mais na interação que o Estado tem com este fenômeno, e como esta complexidade se interrelaciona com programas como a PPCS.

Um dos objetivos específicos pretendidos com este estudo era a intenção de **identificar os fatores que influenciaram na ascensão social da NCM**. Neste sentido, é possível concluir que foram vários os fatores envolvidos nesta mudança, assim como complexa a relação destes fatores com a população que viu sua vida mudada.

A melhora na estabilidade econômica e política do Brasil, principalmente a partir da segunda metade dos anos 90, associada principalmente ao Plano Real, junto com o aumento da interação com a conjuntura mundial, fruto do aumento da integração do Brasil no mundo e consequente aumento da abertura econômica, somado à aceleração paulatina da melhora da macroeconomia e infraestrutura local, são consideradas fatores que influenciaram a ascensão social da NCM. No governo Lula, com a consolidação da economia de mercado e da hegemonia dos bancos e dos sistemas financeiros e, por sua

---

<sup>10</sup> Físico e professor de teoria da informação quântica em Universidade de Oxford e Singapore

vez, do varejo, possibilitou-se a multiplicação do crédito, tendo como consequência a massificação do consumo. Tudo isto combinado favoreceu o crescimento do PIB e do salário mínimo real. Houve, adicionalmente, uma forte promoção da formalização dos contratos de trabalho, que potencializa os efeitos da recuperação do salário mínimo. Outro fator essencial e fortemente destacado nas pesquisas estudadas foi a maturação, aprimoramento e ampliação dos programas focalizados de transferência de renda, com significativo impacto entre os mais pobres. O crédito elevado juntamente com o aumento do emprego colocou o mercado interno brasileiro como o “carro chefe” do crescimento da economia.

Esse conjunto de transformações permitiu que milhões de brasileiros passassem a experimentar a mobilidade social em um contexto de mudança no plano das identidades coletivas com mudanças nos padrões individuais de mobilidade e no próprio sistema de estratificação social. Admite-se que o crescimento da classe média e de seu poder de compra ajudaram à expansão do mercado consumidor, além de fixar padrões e tendências de consumo com poder de irradiação para o restante da sociedade.

Por um lado, por si só a megamobilidade social implica na redução das desigualdades de renda; por outro, o risco de fracasso e não sustentação da situação, para alguns autores, é alto; o que significa estagnação, e dependendo de circunstâncias macroeconômicas até regressão na tendência de melhora na distribuição de renda. O crescimento econômico dos últimos anos traduziu-se em forte expansão da demanda por bens e serviços como: plano de saúde, escolas privadas, poupança ou investimentos financeiros e previdência privada. Todos estes são itens que, em boa medida, foram restritos durante muito tempo à classe média mais tradicional.

A consolidação desta NCM está ainda por vir. Ela é uma classe média morena, vinda de baixo, é composta de milhões de pessoas que lutam para abrir e manter pequenos empreendimentos ou para avançar dentro de empresas constituídas, pessoas que estudam à noite, que se filiam a novas igrejas e a novas associações, e que impõem uma cultura de autoajuda e de livre iniciativa.

Um segundo objetivo pretendido nesta pesquisa foi **identificar os principais elementos que caracterizam os padrões de consumo da NCM Brasileira**. Em primeiro lugar deve-se destacar que, de certa maneira, existe uma preocupação pela estabilidade da nova posição socioeconômica, sendo não apenas destacado pelos estudos incluídos na pesquisa, senão que foi um destaque especial da família entrevistada. Da estabilidade econômica alcançada, depende a definição da classe e os gastos discricionários como: educação, saúde, recreação e lazer, comunicações, higiene e produtos para o domicílio. Por outro lado os

gastos com necessidades básicas como: alimentação, vestuário, transporte e habitação, tendem a se estabilizar na despesa familiar na medida em que se possui uma segurança de um dinheiro fixo ao fim de cada mês.

Por outro lado, no acesso aos bens de consumo duráveis se destacam como ativos para a NCM a casa própria e o automóvel, como itens principais. As necessidades básicas evoluíram e a população brasileira começa a desfrutar dos confortos de uma economia estável. As classes baixas nunca tiveram tanto poder de consumo. Como resultado o mercado vem se adaptando aos gostos destes consumidores ávidos. São lojas cheias e fornecedores tentando acompanhar a demanda de uma variedade enorme de produtos e serviços para esta nova classe média.

Uma vez cobertos os itens básicos, todo o dinheiro extra vem sendo investido na aquisição de bens e serviços e é enorme o peso que os lares da NCM estão tendo na economia. As compras vão desde aparelhos de micro-ondas, geladeira duplex, até carro novo. Por outro lado, têm-se uma alta valorização dos momentos de lazer, como viagens e refeições fora de casa. Como foi já dito, se reconhece que a mudança acontecida no país resulta de múltiplos fatores, da estabilização de preços às mudanças demográficas, da educação ao mercado de trabalho.

Contudo, um dos elementos principais que destacam o consumo da NCM é o aumento da educação. Este item tem recebido destaque tanto pelos pesquisadores, como pelos membros desta faixa da população. De fato existe uma procura por maior qualificação em todo nível e cada vez mais têm-se uma preocupação pela qualidade da educação recebida. São os membros desta NCM que lotam, principalmente, salas de aulas das universidades privadas e cada vez mais as públicas também. A educação é o símbolo por excelência da identidade da classe média. Destaca-se o acesso à educação de qualidade como um fator essencial ou muito importante para avançar na vida, tanto na expectativa de escola de boa qualidade, como no acesso a estudos universitários, para alcançar uma profissão de prestígio. Por outro lado, existe uma grande insatisfação com o nível ou com a qualidade da educação, o que supõe um grande desafio às políticas públicas.

Considerando os antecedentes que trazem as análises do IBGE, é possível perceber que à medida que se aumenta a renda e melhora as condições de vida, muitas vezes associada à vida urbana, existe um aumento do consumo de alimentos fora de casa, consumo de carnes e proteína animal e aumenta também a presença de alimentos preparados. Houve um aumento da valorização dos alimentos industrializados, como por exemplo chocolates e bolachas recheadas, por serem sinal de que existe mais dinheiro no bolso. Um aumento nos rendimentos levaram a um aumento intenso no teor total de

gorduras e diminuição igualmente intensa no teor de carboidratos nas refeições, de uma maneira geral. Quando nos aproximamos destes dados e comparamos com a história de vida da família entrevistada, pode-se perceber que existiu de fato um aumento do consumo de carne na última década, assim como as saídas para se comer fora, aumentando também o consumo de refrigerantes, como principal produto industrializado destacado.

Por fim, o acesso ao consumo e a busca por satisfações pessoais desta NCM em uma sociedade altamente “materializada” pela mídia e pelos meios de reprodução social do consumo, pode passar necessariamente, mas não exclusivamente pelo consumo de bens e serviços cada vez mais fúteis, na medida em que nossas “necessidades” básicas vão sendo satisfeitas.

O terceiro objetivo específico buscou **caracterizar as motivações que estão por trás do consumo da NCM**. Neste âmbito, pode-se destacar que o consumo é um processo que forma parte da vida social e é uma função imprescindível da vida biológica que se dá em toda a história e em toda época. O consumo traz consigo vínculos e relações humanas. O consumo é próprio do organismo humano e de toda época, o consumismo é uma característica de uma sociedade histórica concreta, na qual não é inerente à natureza do indivíduo.

Por outro lado, se reconhece a prática como elemento primário do consumo, pois configura o principal recurso explanatório deste campo, constituindo o primeiro recurso do desejo, do conhecimento e do julgamento. Ou seja, o consumo concebido como prática é um ato intencionado que forma parte da construção de um discurso simbólico. Por isto, uma mudança na prática tem como reflexo uma mudança correspondente nas formas de consumo de objetos e experiências. A partir daqui, significados positivos e negativos surgem sobre como utilizamos o meio a nossa volta. Afirma-se, por sua vez, que o consumo de objetos pode ser atribuído a uma mesma base geradora, o *habitus*, representado por meio do gosto. O *habitus*, seria o fruto da estrutura social da qual a pessoa se desenvolveu. O gosto, por sua vez, seria a soma de um capital econômico com um capital cultural que expressaria a posição de classe individual, representada de forma simbólica. Deste outro ponto de vista, em uma visão mais individual o consumo relaciona-se a uma psicologia do eu, cujo objetivo é criar e sustentar uma identidade própria. A sociedade de consumo consegue tornar permanente a insatisfação individual. Todos estes elementos ajudariam a caracterizar as motivações do consumo da NCM.

Diversos autores afirmam que os grupos dominantes são os que procuram possuir ou estabelecer o monopólio de bens posicionais. Porém, na sociedade de consumo contemporânea, a situação destes bens é profundamente instável. Os bens, hoje, vem-se

afetados com uma inflação constante a medida que os bens posicionais se massificam ou sofrem queda no mercado, o que provocaria uma corrida social constante por novos produtos de forma a conservarem distinções de *status* reconhecíveis. Neste cenário, a moda é um processo de obsolescência cultural programada por excelência.

Apesar deste contexto altamente cambiante, é possível constatar, tanto pelos diversos estudos, como pelo histórico de vida da família entrevistada que existe uma alta valorização da educação como bem de consumo. Ela ocorre, aparentemente, em razão tanto de antigas considerações de *status*, como de fatores realistas, associadas a alta taxa de retorno e da necessidade cada vez maior da educação para o acesso a posições mais qualificadas no mercado de trabalho. Não sendo a escola apenas um espaço de continuação de formação familiar, como na classe média tradicional, senão que uma oportunidade de ascensão social. Hoje é patente a necessidade de mão de obra cada vez mais qualificada em diversos aspectos do âmbito nacional e a necessidade é comunicada insistentemente na mídia. De fato a escola segue sendo uma das principais instituições para a produção dos indivíduos flexíveis e dóceis dos quais tanto o mercado quanto o Estado tanto necessitam para sua reprodução cotidiana.

Pertencer a uma classe não depende apenas da “renda”, existe também uma construção “afetiva” e pré-reflexiva montada por uma “segunda natureza” comum que tende a fazer com que toda uma percepção do mundo seja compartilhada sem qualquer intervenção de “intenções” e “escolhas conscientes”. Assim, uma série de mecanismos econômicos e extra econômicos contribuíram para reforçar os vínculos ideológicos entre estes segmentos de condições sociais bastante heterogêneas, como é a nova classe média. Aparentemente os novos consumidores não compram o que acham mais exclusivos, nem pagam mais caro por um produto da mesma qualidade. Na luta constante do mercado para posicionar produtos entre os consumidores, os alimentos são os produtos de consumo que mais tem aumentado e diversificado sua oferta. Neste sentido a NCM não compra buscando a exclusividade mas sim buscando a inclusão e o pertencimento. Prefere muitas vezes produtos que lhe deem melhor custo-benefício e não necessariamente os mais baratos.

Por sua vez, o *marketing* e a propaganda tornou a sociedade de consumo ou pós-moderna um universo social saturado de imagens. É uma superprodução de signos e reprodução de imagens que produz uma perda do significado estável das coisas, levando a uma hiper-realidade. Fazer uso da cultura material para fins simbólicos e utilizar objetos e mercadorias como diferenciadores ou comunicadores sociais é um processo utilizado em todas as sociedades. Muitas vezes são sonhos levados a espaços físicos de consumo como *shopping centers*, parques temáticos, entre outros que geram sensações físicas e prazeres

estéticos. Assim, a cultura do consumidor é a cultura de uma sociedade de mercado e a maioria daquilo que consumimos está sob a forma de mercadorias.

Neste cenário, apesar da NCM ter mais renda, continua essencialmente a mesma. Pode fazer mais do que já fazia antes, consumindo mais do que antes, aparentemente, não houve ainda uma ruptura muito pronunciada como sua maneira de fazer e pensar. O mundo destas pessoas ainda é pequeno, restrito à família, ao bairro, às suas preocupações mais imediatas. Muitas vezes é religiosamente conservadora, ainda mantém os laços religiosos provindos, na sua maioria, de igrejas evangélicas. Muitos são o primeiro universitário da família. Escolhem a faculdade conhecida, mas que não seja muito cara, um curso não muito exigente, mas aquele que foi possível ingressar. Em geral, podem não se desenvolver muito no ambiente universitário, mas reconhecem a importância de ter o diploma. Acusam ainda uma falta de segurança nesta nova posição.

Pode-se afirmar que o consumo é um conceito complexo, envolve um grande número de atividades, de bens e serviços, muitos na forma de 'não-mercadoria'. O modo de provisão do consumo varia conforme país, região, classe, gênero e geração. São influenciados não apenas pelo que se compra e pelo preço, mas também por arranjos familiares, política governamental, organização comunitária e conflito industrial.

O quarto objetivo específico pretendeu poder **mostrar como as políticas públicas se relacionam com a NCM**. Pode-se considerar esta interação em duas linhas de relação, uma delas em políticas associadas principalmente ao desenvolvimento social-econômico e uma segunda linha relacionada ao CS.

Na primeira linha, se afirma que há um despreparo das instituições para lidar com o segmento da NCM. Neste sentido, as políticas públicas voltadas para essa faixa da sociedade, além de prover proteção contra a possibilidade de retorno à pobreza, devem procurar oferecer oportunidades eficazes para a sua progressão.

Portanto é um fenômeno que apresenta grandes desafios em sua compreensão e aparentemente em sua sustentabilidade a longo prazo. Alguns desafios foram identificados e discutidos por órgãos do governo. Eles são: as dificuldades para definir a nova classe média; a heterogeneidade da nova classe média; a busca para identificar os determinantes da ascensão da nova classe média; a identificação dos comportamentos, atitudes, valores e preferências da nova classe média; a procura da identificação das principais consequências do surgimento de uma nova classe média para o desenvolvimento e o papel do Estado.

Por outro lado, o CS é entendido como um conjunto de ações que busca encontrar soluções viáveis aos desequilíbrios socioambientais por meio de uma conduta mais responsável. Especificamente, o CS está relacionado com a produção e distribuição, uso e

descarte de produtos e serviços, promovendo a discussão sob seus ciclos de vida. Ou seja, consumir de maneira diferente e eficiente. Neste sentido, para alcançar os objetivos de qualidade ambiental e desenvolvimento sustentável se requererá tanto da eficiência nos processos de produção como das mudanças nos padrões de consumo. Ao final, em muitas instancias, isto implicará em uma reorientação nos processos de produção atuais e nos padrões de consumo, visando a otimização dos recursos e a redução de desperdícios. Para grande parte das pessoas o consumo não é uma atividade coerente e unificada, nem mesmo uma prática integrativa, associado a níveis de competência prática e de graus de envolvimento que geram variações de comportamento, relacionado a diferentes estilos de vida.

Nesse cenário foram identificadas, nos últimos anos no Brasil, inúmeras iniciativas em produção e consumo sustentáveis no âmbito das três esferas do governo, no setor produtivo e no segmento da sociedade civil. As principais iniciativas a destacar são: agenda ambiental na administração pública, compras públicas sustentáveis, promoção de iniciativas de produção e consumo sustentáveis em construção sustentável, varejo e consumo sustentável, educação para o consumo sustentável, aumento da reciclagem de resíduos sólidos. De todas estas iniciativas as três últimas são as que mais diretamente atingiriam aos membros da nova classe média, considerando o peso que esta nova massa de pessoas tem no consumo e por consequência na produção de resíduos sólidos. Por outro lado, a iniciativa considera parcerias com o varejo, já que hoje os supermercados são o templo moderno do consumo e fazê-los assumir compromissos de parceria para transforma-os em centros de educação para o consumo sustentável, faz parte dos objetivos públicos.

É possível entender CS desde três enfoques principais, enfoque ecológico, enfoque econômico e enfoque social. Enfoque ecológico para a mudança dos padrões atuais de consumo, visando diminuir e inclusive recuperar parte do deterioro ambiental. Um desenvolvimento econômico que permita cobrir as necessidades humanas e ao mesmo tempo preservar o entorno natural e assegurar a distribuição equitativa dos recursos mundiais. Enfoque social, ainda pouco trabalhado. Os hábitos de consumo de pessoas e famílias são motivados por uma série de fatores ou critérios, alguns dos quais são de interesse pessoal como preço, qualidade, preferências individuais, e outros são motivos sociais como cultura, identidade, contexto social, preocupações ambientais e sociais, entre outros.

No âmbito do poder político dos Estados, das grandes empresas e das organizações internacionais, pouco se fala de mudanças sociais para se alcançar um CS. Não apenas

porque é muito difícil encontrar instrumentos eficazes para lograr esta mudança, mas também porque quem decide, faz parte da mesma sociedade consumista.

Em definitiva, pode afirma-se que o Brasil tem evoluído muito nos direitos sociais, mas pouco no campo dos deveres da cidadania, portanto, o consumo deve tornar-se uma pauta mais importante. No contexto desta pesquisa, a educação socioambiental deve ser foco de maior atenção na mudança de padrões de consumo da NCM visando a sustentabilidade deste consumo. Deve-se compreender que as mudanças de comportamento dependem tanto de fatores externos como internos, contingências locais e nacionais, assim como desejos, visões e estruturas de pensamentos. Deve-se orientar o trabalho para o consumo responsável, ou seja, o cidadão tem direito à livre escolha, mas pode ser direcionado a escolhas inteligentes, que possam reduzir as externalidades das empresas, e que contribuíssem com a cidadania ambiental. Precisa-se de Novos paradigmas de produção e consumo, considerando os desafios da degradação ambiental.

Por fim, tudo o que foi dito até aqui leva ao objetivo principal proposto nesta pesquisa que era **estudar a mudança dos padrões de consumo na nova classe média brasileira e sua relação com o consumo sustentável**. Em definitivo, o consumo, como fenômeno social, pode ser analisado por meio de práticas, gostos e valores. Escolhas podem ser direcionadas pelo luxo ou necessidade, atividades esporádicas e rotineiras de satisfação social e de suprimento doméstico; práticas simbólicas ligadas à realização de objetivos sociais, à liberdade de escolha e de realização pessoal, além de padrões de comportamento.

Os padrões de consumo atuais são sustentados por marcos simbólicos de diversos povos com matrizes culturais distintas que instituem seus saberes e fazeres rotineiramente a partir dos encontros entre sua lógica cultural e o mercado, afetando também sua relação com o meio ambiente. Em outras palavras, além do consumo demandado por uma população cada vez maior, estamos frente a um padrão de consumo globalizado e que se caracteriza por ser excessivo, pressionando ainda mais os recursos da Terra e os serviços ambientais prestados pelos diversos ecossistemas. Parte da população mundial consome demais e parte consome de forma insuficiente. Nesta lógica, países em desenvolvimento tem o direito a consumir, pois, sua demanda encontra-se reprimida, mas como manejar de maneira adequada esse aumento acelerado do consumo, principalmente na nova classe média?

A NCM é uma classe trabalhadora e comunitária e pouco individualista nas suas escolhas; em geral fica no mesmo lugar onde se tem amigos e parentes, mais do que mudar de bairro para melhor; e por último ela não teve acesso privilegiado ao capital cultural, que

em geral assegura os bons empregos no mercado, como na classe média tradicional. Esta classe conseguiu um espaço à custa de extraordinário esforço, e à sua capacidade de aguentar vários empregos e turnos de trabalho, à dupla jornada na escola e no trabalho, à capacidade de poupança e de resistência ao consumo imediato, e à uma extraordinária crença em seu trabalho e em si mesmo. O que claramente diferencia esta nova classe não é a questão de renda, mas sim o modo de pensar, de agir e de sentir constatáveis nas vidas cotidianas que levam os membros de uma e de outras classes. A nova classe média tem a ambição de "subir na vida", viver melhor, consumir mais e, portanto, aprender e se qualificar a fim de gerar a renda que lhe permita levar essa forma de viver. E para isso, eles viraram empreendedores, autônomos e microempresários, com apoio principalmente dos familiares, mas também com cada vez maior incentivo do Estado.

Mas, este movimento está apresentando sinais de esgotamento, principalmente pela falta de ampliação dos investimentos para aumentar a capacidade produtiva. O aumento de investimento, novas fábricas e novos avanços na produção vêm acompanhados de inovação tecnológica, maior exigência de qualificação, maior demanda de trabalhadores com escolaridade, portanto maiores salários e ocupações melhores. Este resfriamento do modelo de ascensão social e de consumo deve-se ao fato, entre outras razões, de que o recente ciclo de expansão do consumo das camadas mais baixa da sociedade em grande medida decorre do forte incremento das várias modalidades de crédito pessoal. Crédito que, em cenário de incertezas internacionais como as atuais fica incerto. É difícil prever até quando este crédito "fácil", e tudo aquilo à sua volta (como os juros) pode permanecer como prioridade ou foco das políticas econômicas para o crescimento do PIB. Destacável é também o programa Bolsa Família, que para as pessoas teve um efeito dinamizador na economia, em muitos casos sendo o agente principal de fortalecimento econômico.

Evidentemente, este processo de ascensão social é positivo, mas o aumento do consumo médio do país reforça a pegada ecológica do país e tende a agravar os problemas ambientais, entre outros. A realidade indica que nós vivemos em um mundo onde há fome e ao mesmo tempo temos tanta comida. As pessoas morrem por comer em excesso. Poderíamos viver muito mais e a razão pela qual não acontece é porque nossa dieta está nos matando, assim como o estresse provocado pela vida moderna.

Ao final, a sustentabilidade desse modelo de desenvolvimento é questionável, já que subsistem pontos de dúvidas como: o aumento na distribuição de renda, que permanece como uma das piores do mundo; a realização de reformas estruturais, como a trabalhista e a tributária, sem as quais o Brasil verá dificultado o aumento da formalização da economia. Por último, o fato de a mobilidade recente ter dependência amplamente no consumo, e não

em novos padrões de organização ou aumento no desempenho da produção. Neste sentido, parece elevada a proporção da classe média que teme perder o padrão de vida atual alcançado, ou não ter dinheiro suficiente para se aposentar; ver-se privado de renda pela falta de trabalho, ou devido à perda do emprego ou liquidação do negócio próprio. É a preocupação dominante das pessoas que ascenderam a NCM. Esta crise ambiental faz parte de uma crise maior de caráter civilizacional em que a elevação do nível de consumo é visto como uma meta permanente, indiscutível e ilimitada.

Toda esta reflexão acerca da dinâmica social, econômica e ambiental da recente realidade da Nova Classe Média, tem sido destaque nacional e internacional, orgulho de seus protagonistas e propaganda da efetividade dos programas do governo. Na verdade é tudo isso e muito mais.

Nesse sentido, esta pesquisa pretendeu trazer, desde um olhar integrador e amplo, a uma visão geral deste fenômeno chamado de Nova Classe Média. Esta ascensão social traz algo em construção, não pronto incorporado, no modo de ver a vida que, entre outras coisas, se reflete nas escolhas na hora de se adquirir produtos e serviço. Mas, que ao mesmo tempo este modo ou estilo de vida é reflexo da interação entre o indivíduo e uma determinada sociedade em um momento histórico pontual. Uma sociedade de consumidores que não é apenas a soma total dos consumidores, mas uma totalidade. É uma sociedade que reconhece seus membros exclusivamente como consumidores.

A pesquisa envolveu a integração desta interação indivíduo-sociedade com uma análise da sustentabilidade, por meio, do consumo sustentável, até as políticas de governo. Implicou não apenas no aumento da complexidade do olhar sobre o fenômeno, senão que pretendeu, além disso, provocar uma reflexão de nossos modos de vida contemporâneos.

Buscou-se mostrar que de fato não haverá desenvolvimento sustentável pela simples mudança dos modos de produção e consumo, se houver continuação da mesma maneira de se olhar e se tratar à natureza, ou seja, apenas como recursos. Mostrou-se que estas mudanças não são factíveis se não se realizam ao mesmo tempo nos níveis ecológico, econômico e sociocultural. É com esta visão interdisciplinar do fenômeno estudado, que a pesquisa tem importância no fortalecimento do desenvolvimento sustentável como campo de estudo, teórico e prático.

Além do olhar integrador para as análises da NCM, esta pesquisa teve uma maneira interessante de trabalhar uma temática deste tipo a partir do ponto de vista metodológico. Neste quesito a reflexão teórica e bibliográfica se complementou por meio de dados secundários que foram escolhidos entre um universo amplo de dados existentes que abordam a NCM. Estas informações compiladas, interagindo por si mesma, já nos traz um

amplo panorama do fenômeno estudado, mas se somamos a isto um histórico de vida de uma família representativa, no ajuda a entender melhor o objetivo do estudo a partir de seus “protagonistas”. É preciso destacar, neste sentido, que antes de tudo, os dados não substituem o “trabalho interpretativo prévio”, que seleciona as questões relevantes a partir de uma visão da sociedade que já existe, na “cabeça do pesquisador”. Os dados não substituem também o “trabalho interpretativo posterior”, no qual o pesquisador enfrenta o desafio de “organizar os dados” segundo “a” visão de sociedade que “ele” ou “ela” possui (SOUZA *et al*, 2009).

Da mesma maneira a conjunção dos diversos dados apresentados e a interpretação deles pretendeu levar a pesquisa por uma linha sempre crítica, sem deixar de ser descritiva. Se acredita que esta escolha permitiu se ter um olhar mais apurado sobre o mundo como ele é, e não como os interesses dos vários poderes que dominam todas as esferas da vida querem que o percebamos. O inimigo de qualquer pesquisa empírica crítica que reflete sobre seus pressupostos é o “fetiche do número”. Reflexo inequívoco de uma sociedade da cultura de massas que transforma toda “qualidade” em “quantidade”, a “quantidade” de pessoas entrevistadas se transforma, no único critério de “cientificidade” de pesquisas empíricas em uma sociedade da informação sem reflexão (SOUZA *et al*, 2009).

Como toda pesquisa, porém, esta apresenta varias dificuldades que devem ser destacadas. Uma delas tem a ver com um olhar geral de um fenômeno social complexo, pode-se cair em certas generalizações que não permitem ver especificidades regionais. Da mesma maneira, as restrições próprias de uma pesquisa de dissertação, como: o tempo de pesquisa e o tamanho dela, não permitiram aprofundar melhor as análises dos diversos aspectos dos padrões de consumo e suas consequências, como a questão da saúde. Da mesma maneira não permitiu aprofundar os dados ou até mesmo ter trazido outras histórias de “protagonistas” desta NCM, que poderia ter enriquecido ainda mais a pesquisa.

Finalmente, a partir dessa última revisão se sugere que futuras pesquisas nesta temática possam ser orientadas em direção a melhorar a compreensão de como as políticas públicas podem ser relacionar com a dinâmica da NCM, visando à sustentabilidade, como foi abordado neste estudo.

O enfoque sobre a melhora das políticas públicas dirigidas a esta faixa da população deve estar focada na educação para um consumo inteligente e consciente. Precisamos da educação ao longo da vida para termos escolhas. Mas precisamos dela ainda mais para preservar as condições que tornam esta escolha possível e a colocam ao nosso alcance. Desta maneira pode ser uma opção, pessoas adquirem a capacidade de controlar, ou pelo menos influenciar as forças pessoais, políticas, econômicas e sociais, ou seja, ser capaz de

fazer escolhas e atuar efetivamente sobre as escolhas feitas (BAUMAN, 2007). As sugestões vão por privilegiar pesquisas em políticas públicas que provoquem ações de indivíduos e organizações voltadas para sustentabilidade ambiental e social, com pretensão transformadora. Por outro lado, muito interessante seria poder contar com pesquisas que trabalhassem a NCM aprofundando os aspectos relacionados ao bem-estar e felicidade que o consumo representa.

Nesse sentido, o discurso internacional sobre o CS acabou priorizando uma redução relativa no consumo de certas matérias primas em substituição a outras e na diminuição no consumo energético e não em mudanças dos padrões de produção, distribuição e consumo, dando pouca atenção aos conflitos relacionados à desigualdade no acesso aos recursos naturais. Isto se traduz na demanda excessiva e estilos de vida insustentáveis nos segmentos mais ricos. Entretanto, os segmentos mais pobres não conseguem satisfazer suas necessidades de alimentos, saúde, moradia e educação. Acrescenta ainda que a atual crise financeira foi causada em parte por regras de mercado que incentivam a mentalidade de curto prazo e não premiam o investimento sustentável.

As recompensas dessas mudanças tendem a ser significativa. Uma sociedade menos materialista será mais feliz. Maior atenção à comunidade e à participação na vida da sociedade irá reduzir a solidão e a anomia que tem prejudicado o bem-estar na economia moderna. O reforço do investimento em bens públicos vai proporcionar retornos duradouros para a prosperidade da nação. Investimento é necessário agora mais do que nunca. Não para estimular a níveis cada vez mais elevados de consumo no futuro, mas para construir novas infraestruturas, para efetuar a transição para energias renováveis e para a entrega-chave de objetivos ambientais e sociais. E o setor público, longe de ser uma “distorção” do mercado livre, tem um papel absolutamente crucial a desempenhar na transição.

O crescimento do consumo é prejudicial à base para o bem-estar futuro e nem sequer é bem alinhado com o bem-estar atual. Para Boff (2012) Devemos caminhar na direção de uma ética diferente, a da otimização. Ela se funda numa concepção sistêmica da natureza e da vida. Todos os sistemas vivos procuram otimizar as relações que sustentam a vida. O sistema busca um equilíbrio dinâmico, aproveitando todos os ingredientes da natureza, sem produzir lixo, otimizando a qualidade e inserindo a todos. Na esfera humana, esta otimização pressupõe o sentido de auto-limitação e a busca da justa medida. A base material sóbria e decente possibilita o desenvolvimento de algo não material que são os bens do espírito, como a solidariedade para com os mais vulneráveis, a compaixão, o amor que desfaz os mecanismos de agressividade, supera os preconceitos e não permite que as diferenças sejam tratadas como desigualdades. Talvez a crise atual do capital material,

sempre limitado, nos ensine a viver a partir do capital humano e espiritual, sempre ilimitado e aberto a novas expressões. Ele nos possibilita ter experiências espirituais de celebração do mistério da existência e de gratidão pelo nosso lugar no conjunto dos seres. Com isto maximizamos nossas potencialidades latentes, aquelas que guardam o segredo da plenitude, tão ansiada.

Finalmente esta crise apresenta-se como uma crise ética, do tipo de relação que os homens mantêm entre si e com o mundo, e atualmente a ideia de que tudo pode tornar-se recurso tem sustentação na instrumentalização da razão, na operacionalização dos lucros e na atomização dos indivíduos (MAKIUCHI, 2011). O dinheiro se move, mas só para produzir mais dinheiro e não bens. A economia de especulação está substituindo a de produção. O jogo está reduzido aos poucos, já não se necessita do mercado massivo, e tampouco demasiadas manufaturas. Hoje a sociedade deve ter a capacidade de formar não apenas trabalhadores e/ou consumidores, ela precisa fundamentalmente de cidadãos.

## REFERÊNCIAS

ALVES, J. E. D. **Expansão do crédito e crescimento da classe média no Brasil**. SCRIBD, Internacional, p. 1 - 3, 2011.

AMATO, Fábio. Potencial de consumo da classe média é de R\$ 1 trilhão, diz estudo. **G1, Economia**, Brasília, 08 agosto 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/noticia/2011/08/potencial-de-consumo-da-classe-media-e-de-r-1-trilhao-diz-estudo.html>> Acesso em: 04/04/2012

AMAZONAS, Mauricio de Carvalho. Desenvolvimento sustentável e a teoria econômica: o debate conceitual nas perspectivas neoclássica, institucionalista e da economia ecológica. In: NOBRE, M.; AMAZONAS, M. de C. **Desenvolvimento sustentável: a institucionalização de um conceito**, organizadores. Brasília: Edições Ibama, 2002. Parte II, p. 107-286.

AMAZONAS, Mauricio de Carvalho. **Valor e Meio Ambiente**: Elementos para uma abordagem Evolucionista. Tese (Doutorado em Economia), Instituto de Economia-UNICAMP, Campinas, 2001.

ATTALI, Jacques. **Los tres mundos (para una teoría de la post-crisis)**. Madrid: Cátedra, 1982.

ARMONY, Victor. El análisis de datos cualitativos en ciencias sociales : nuevos enfoques y herramientas. **Revista de Investigaciones Folklóricas**, Buenos Aires, v. 12, p. 9-16, 1997.

BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2006.

BARBOSA, Livia. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2004.

BARROS, R. P. de; HENRIQUES, R.; MENDONÇA, R. A estabilidade inaceitável: desigualdade e pobreza no Brasil. **Texto para discussão nº 800**. Rio de Janeiro: IPEA, 2001.

BAUDRILLARD, Jean. **La sociedad de consumo: Sus mitos, sus estructuras**. Madrid: Siglo XXI, 2009.

\_\_\_\_\_ **El sistema de los Objetos**. Buenos Aires: Siglo XXI, 2004.

BAUMAN, Zygmunt. **Medo líquido**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

\_\_\_\_\_ **Vida líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

\_\_\_\_\_ **Identidade entrevista a Benedetto Vecchi**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

BELLO, Walden. **A guerra pelos alimentos**. São Paulo: Leopardo editora, 2010.

BESSON-GIRAD, Jean-Claude. **Decrescendo Cantabile**: Petit Manuel pour une décroissance harmonique. Lyon: Editorial Parangon, 2005.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção**: crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp; Porto Alegre-RS: Zouk, 2007.

BRASIL. Secretaria de Assuntos Estratégicos. **A nova classe média brasileira**: desafios que representa para a formulação de políticas públicas. [S.N: s.n.], 2011. Disponível em: <<http://www.sae.gov.br/novaclassemedia/?p=48>>. Acesso em: 10/03/2012.

BRASIL. Ministério da Fazenda. **Economia brasileira em perspectiva**. 6. ed. [Brasília: s.n.], 2010a. Disponível em: <<http://www.fazenda.gov.br/portugues/docs/perspectiva-economia-brasileira/edicoes/Economia-Brasileira-Em-Perpectiva-Mai10.pdf>>. Acesso em: 09/03/2012.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente (MMA). **Plano ação para produção e consumo sustentáveis (PPCS)**. Brasília: Comitê gestor nacional de produção e consumo sustentável, 2010b.

\_\_\_\_\_. **Consumo sustentável**: Manual de educação. Brasília: Consumers International/ MEC/ IDEC, 2005.

BRANDÃO, Helena H. Nagamine. **Introdução à análise do discurso**. 2. ed. rev., Campinas: Editora Unicamp, 2004.

BROMET, Evelyn *et al.* Cross-national epidemiology of DSM-IV major depressive episode. **BMC Medicine**, n. 9, p.90, 2011.

BUARQUE, Cristovam. **A desordem do progresso**: O fim da era dos economistas e a construção do futuro. 4. ed., Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1993.

CAMPBELL, Colin. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2002.

CASTAÑEDA, Marcelo. Teorias das práticas na análise do consumo. **Ciências Sociais Unisinos**, São Leopoldo – RS, v. 46, n. 3, p. 248-255, 2010.

COELHO, Christiane. M. Utopias urbanas: o caso de Brasília e Vila Planalto. **Cronos**, Natal-RN, v. 9, n. 1, p. 65-75, 2008.

COHEN, Maurie. The emerging international policy discourse on sustainable consumption. In: COHEN, M. E MURPHY, J. (eds.). **Exploring sustainable consumption**: environmental policy and the social sciences. Oxford: Elsevier Science, 2001, pp. 21-38.

COLLAÇO, Janine. H. L. . Restaurantes de comida rápida, os fast-foods, em praças de alimentação de shopping-centers: transformações no comer. **Estudos Históricos** (Rio de Janeiro), Rio de Janeiro, n.33, p. 116-135, 2004.

\_\_\_\_\_. Um olhar antropológico sobre o hábito de comer fora . **Campos** (UFPR), Paraná, v. 04, p. 171-193, 2003.

COMPANHIA DE PLANEJAMENTO DO DISTRITO FEDERAL (CODEPLAN). **Levantamento domiciliar socioeconômico Vila Planalto**. Brasília: CODEPLAN, 2009. Disponível em: <<http://www.codeplan.df.gov.br/sites/200/216/00000427.pdf>>. Acesso em: 24/09/11

COSTA FILHO, Ismar C. Propaganda Felicidade e Consumo. **Revista Lectura**, Ed. Evolutivo, Fortaleza, n. 3, 2005.

DEBORD, Guy. **La sociedad del espectáculo**, Valencia: Pretextos, 1999.

ELSTER, Jon. Auto-realização no trabalho e na política: a concepção marxista de boa vida. **Lua Nova**, São Paulo, n. 25, p. 61-101, 1992.

ESPEJO A. M.; MOYANO F. J.; Lean production: estado actual y desafíos futuros de la investigación. **Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa**, Vigo, v. 13, n. 2, p. 179-202, 2007.

FONTENELLE, Isleide A. O trabalho da ilusão: produção, consumo e subjetividade na sociedade contemporânea. **Interações**, Campo Grande, v. 10, n. 19, p. 63-86, 2005.

GIDDENS, Anthony. **The consequences of modernity**. Standford: Standford U.P., 1990.

GOULET, Denis. Development ethics and ecological wisdom. In: ENGEL, J.R.; ENGEL, J.G. (ED.) **Ethics of environment and development**: global challenge and international response. London: Belhaven, 1990, p. 36.

GOLAY, Christophe. The Food Crisis and Food Security: Towards a New World Food Order? **Revue internationale de politique de développement** [Online], v.1, 2010. Disponível em: <<http://poldev.revues.org/145>>. Acesso em: 24/06/2012

GONDIM, S. M. G.; FISCHER, T. O discurso, a análise de discurso e a metodologia do discurso do sujeito coletivo na gestão intercultural. **Revista Cadernos Gestão Social**, Salvador, v.2, n.1, p.09-26, 2009.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Pesquisa de orçamentos familiares 2008-2009**: Avaliação nutricional da disponibilidade domiciliar de alimentos no Brasil. Rio de Janeiro, 2010a.

\_\_\_\_\_. **Pesquisa de orçamentos familiares 2008-2009**: Despesas, Rendimentos e Condições de Vida. Rio de Janeiro, 2010b.

ILLICH, Ivan. **Oeuvres complètes**, 2 vols. Paris : Fayard, 2005.

INGLEHART, Ronald. **Modernización y posmodernización**: El cambio cultural, económico y político en 43 sociedades. Madrid: Siglo XXI, 2000.

JACOBI, Pedro. La Politización del Hambre. Brasil tras la década perdida. **Nueva sociedad**, Buenos Aires, n.131, p. 106-117, 1994.

LATOUCHE, Serge. **Pequeno tratado do decrescimento sereno**. Tradução Claudia Berliner. São Paulo: Editora WMF, 2009.

LATOUCHE, Serge. Pour une société de décroissance. Le monde diplomatique, novembro de 2003. acessado em 01.06.2010 <http://www.monde-diplomatique.fr/2003/11/LATOUCHE/10651>

LINN, Susan. **Crianças do Consumo: Infância Roubada**. São Paulo: Instituto Alana, 2006.

LOUREIRO, C. F. B.; LAYRARGUES, P. P.; CASTRO, R. S. De. **Repensar a educação**

**ambiental**: um olhar crítico, Organizadores. São Paulo, Cortez, 2009.

MACEDO, Roberto Sidnei. **Etnopesquisa Crítica, etnopesquisa-formação**. Brasília: Ed. Liber livro, 2006.

MAKIUCHI, Maria de Fátima R. Alteridade e educação ambiental. **Pesquisa em Educação Ambiental**, vol. 6, n. 1, p. 85-99, 2011.

MARSHALL, David W. Introduction: food choice, the food consumer and food provisioning. In: **Food Choice and the Consumer**. Cambridge: The University Press, 1995, p. 3-17.

SANTOS, A.M. dos; GROSSI, P. K. Mídia, Sociedade de consumo e saúde: quando comprar torna-se um remédio. **Boletim da Saúde 21**, Porto Alegre, n. 2, p.65, 2007.

MENELL, S.; MURCOTT, A.; VAN OTTERLOO, A. H. The Sociology of Food: Eating, Diet and Culture. **International Sociological Association**. London, p. 55-60,1993.

MICHEL, Maria Helena. Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais. São Paulo: Atlas, 2005.

MONT, Oksana. Sustainable consumption and lifestyles: contributions to the Marrakech process. In: THE NORDIC CONSUMER POLICY RESEARCH CONFERENCE, 2007, Helsinki. **Anais...Helsinki**, 2007.

MORAIS, L. P.; COSTA, A. B. F. Por novos Paradigmas de produção e consumo In: MORAIS L. P.; BORGES A. **Novos paradigmas de produção e consumo : experiências inovadoras**, organizadores. São Paulo : Instituto Pólis, 2010. cap. 1, p. 13-19.

MORIN, Edgar. **Ciência com Consciência**. Ed. revista e modificada pelo autor. 8. ed., Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

\_\_\_\_\_. **A cabeça bem-feita : repensar a reforma, reformar o pensamento**. 8. ed., Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.

NARANJO, Claudio. **Cambiar la educación para cambiar al mundo**. Santiago: Indigo - Cuarto Propio, 2007.

NERI, Marcelo C. **A Nova Classe Media**, o lado brilhante dos pobres. Coordenador. Rio de Janeiro: FGV/CPS, 2010.

ONU. **AGENDA 21**, Secção I Capítulo 4, 1992. Disponível em: <[http://www.un.org/esa/dsd/agenda21\\_spanish/res\\_agenda21\\_04.shtml](http://www.un.org/esa/dsd/agenda21_spanish/res_agenda21_04.shtml)>. Acesso em: 12/02/2012

OLIVEIRA, Luiz Alberto. Sobre o caos e novos paradigmas. In: NOVAES, Adauto. **Mutações**: ensaios sobre as novas configurações do mundo, organizador. São Paulo: Edições SESC SP/Editora Agir, 2008, p. 65-92.

OSORIO, *et al.* **Perfil da pobreza no Brasil e sua evolução no período 2004-2009**. Texto para Discussão n. 1647. Brasília: IPEA, 2011. Disponível em: <[http://www.ipea.gov.br/sites/000/2/publicacoes/tds/td\\_1647.pdf](http://www.ipea.gov.br/sites/000/2/publicacoes/tds/td_1647.pdf)> . Acesso em: 04/03/2012

PAN, A. *et al.* Red meat consumption and mortality. **Arch Intern Med**, San Francisco-CA, v. 172, n. 7, p.555-563, 2012.

PIOVESAN, Armando. Percepção cultural dos fatos sociais: suas implicações no campo da saúde pública. **Rev. Saúde Pública**, v. 4, p. 85 - 97, 1970.

PIOVESAN, A.; TEMPORINI, E. R. Pesquisa exploratória: procedimento metodológico para o estudo de fatores humanos no campo da saúde pública. **Rev. Saúde Pública**, v. 29, n. 4, 1995.

POCHMANN, Marcio. **Nova classe média? o trabalho na base da pirâmide social brasileira**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2012.

PORTILHO, Fátima. **Sustentabilidade Ambiental Consumo e Cidadania**. 2. ed., São Paulo: Cortez Editora, 2010.

PUJADAS, C. *et al.* Consumo Sostenible ante la Crisis Global. **Revista de Ciencia Política**, Buenos Aires, n. 8, 2009.

QUADROS, Waldir J. A evolução recente das classes sociais no Brasil. In: PRONI, M.; Henrique, W. (Org.). **Trabalho, Mercado e Sociedade: O Brasil nos anos 90**. 1. ed. São Paulo: EDUNESP, 2003. cap. 1, p. 15-69.

QUADROS, Waldir J. **A evolução recente da estrutura social brasileira**. Fascículo. Campinas: IE/UNICAMP, n. 148, 2008.

QSR International. Disponível em: <<http://www.qsrinternational.com>>. Acesso em: 01/11/2011.

RAVALLION, Martin. **A Comparative Perspective on Poverty Reduction in Brazil, China and India**. The World Bank Development Research Group Director's Office, WPS5080, 2009.

REY, Fernando González. **Pesquisa qualitativa e subjetividade: os processos de construção da informação**. São Paulo: Pionera Thomson Learning, 2005.

\_\_\_\_\_. **Personalidade, saúde e modo de vida**. São Paulo: Pionera Thomson Learning, 2004.

REUSSWIG, F.; LOTZE-CAMPEN, H.; GERLINGER, K. **Changing Global Lifestyle and Consumption Patterns: The Case of Energy and Food**. New York: Potsdam Institute for Climate Impact Research (PIK) 2004.

RITZER, George. **The McDonalozation of Society**. London: Pine Forge Press, 1992.

RODRIGUES, M.L.; LIMENA, M.M.C. **Metodologias multidimensionais em ciências humanas**. Brasília: Editora Livro, 2006.

SANTOS, Andreia Mendes. **Sociedade do consumo: criança e propaganda, uma relação que dá peso**. 2007. Tese (Doutorado) – Faculdade de Serviço Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007.

SCHRAMM, J. M. A. *et al.* Transição Epidemiológica e o estudo de carga de doença no Brasil. **Ciênc. saúde colet.**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 4, p.897-908, 2004.

SEABRA, Giovanni (Organizador). **Educação Ambiental no Mundo Globalizado**. João Pessoa: Editora Universitaria/UFPB, 2011.

SOUZA, Jesse. **Os batalhadores brasileiros: nova classe média ou nova classe trabalhadora?** Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010.

SOUZA, J. *et al.* **Ralé brasileira** : quem é e como vive. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009.

SOUZA, A. P. de; LAMOUNIER, B. **A classe média brasileira**: ambições, valores e projetos de sociedade. Rio de Janeiro; [Brasília]: Elsevier: Campus ; CNI, Confederação Nacional da Indústria, 2010.

SOUZA, Nali de Jesus de. **Desenvolvimento econômico**. 5. ed. São Paulo: Editora atlas, 2007.

SUREMAIN, C. De; KATZ, E. Modelos alimentares e recomposições sociais na América Latina. **Revista Anthropology of food**, [Online], S6, 2009. Disponível em: <<http://aof.revues.org/6433>>. Acesso em: 04/04/2011.

TODESCHINI, M.; SALOMÃO, A. Um Mergulho Na Nova Classe Média. **Época NEGÓCIOS**, março de 2010, <http://epocanegocios.globo.com/Revista/Common/0,,ERT102795-16380,00.html> . Acesso em: 16/01/2011.

TORQUATO, C.; BIZERRIL, J. Contato Improvisação: Um estudo etnográfico. **Revista Salud & Sociedad**, [Online], v.1, n.1, p.6-18, 2010. Disponível em: <<http://www.saludysociedad.cl/index.php/main/article/view/6> >. Acesso em: 02/07/2011.

UNESCO; PNUMA. Jóvenes por el Cambio. Manual de educación para un consumo sostenible, 2002. Disponível em: <<http://www.oei.es/decada/portadas/manualdeeduca.htm> >. Acesso em: 22/02/2012.

UNITED NATIONS SECRETARY-GENERAL'S HIGH-LEVEL PANEL ON GLOBAL SUSTAINABILITY. **Resilient people, resilient planet**: A future worth choosing. New York: United Nations. 2012. Disponível em: <<http://www.un.org/gsp/report>>. Acesso em: 20/02/2012

WARDE, Alan. Consumption and theories of practice. **Journal of Consumer Culture**, v. 5, n. 2, p.131-153, 2005.

WARDE, Alan. Consumption, Taste and Social Change. In: **Consumption, Food and Taste**: culinary antinomies and commodity culture. London: SAGE Publications, p. 7-42, 1997.

WINNER, L.; BUSTAMANTE, J. **La ballena y el reactor**: Una búsqueda de los límites en la era de la alta tecnología. Barcelona: Gedisa, 2008.

WORLD COMISSION ON ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT (WCED). **Our Common Future (Relatório Brundtland)**, Oxford: Oxford University Press, 1987

WORLD WIDE FUND FOR NATURE (WWF). **Informe Planeta Vivo 2012**. Gland, Suiza:

WWF Internacional, 2012. Disponível em:

<<http://chile.panda.org/?204748/informeplanetavivocommundial>>. Acesso em: 19/05/2012.

ZARAGOZA, Frederico M. Los límites del crecimiento. **TEMAS para el debate**, Madrid, n. 181, p. 10-16, 2009.

ZAOUAL, Hassan. **Globalização e diversidade cultural**. São Paulo: Editorial Cortez, 2003.

## ANEXO

### ROTEIRO ENTREVISTA PESQUISA DE CAMPO

Perguntas		Objetivos
1	Sua situação atual e de sua família, em termos sociais e econômicos, mudou muito em comparação há 10 anos atrás?	Conhecer de maneira geral, as principais mudanças socioeconômicas acontecidas durante a última década, de especial significação para os entrevistado e sua família: Buscando resgatar os contextos históricos em que estas mudanças aconteceram.
2	Que fatores você acredita, tenham influenciado nessa mudança?	Orientar os entrevistados a expressarem suas percepções em relação aos fatores associados às mudanças no aspecto socioeconômica pessoal e sua relação com as mudanças do país.
3	Que oportunidades você visualiza que existem hoje, para a melhoria da sua qualidade de vida, que há 10 anos atrás não existia?	Orientar os entrevistados para manifestar suas percepções acerca das oportunidades que eles visualizam para a melhora das condições de vida atualmente, em comparação com uma década atrás.
4	Você acredita que teve algumas mudança nas condições do trabalho em geral?	Conhecer o posicionamento dos entrevistados acerca das mudanças nas condições de trabalhos pessoas e nacionais.
5	Como é distribuída a renda do mês?	Indagar sobre como são orientados as despesas mensais. Busca compreender melhor as dinâmicas por trás dos diferentes tipos de consumos e produtos que são adquiridos nesse período do tempo.
6	Como você se desloca dentro da cidade e fora dela?	Conhecer as motivações por trás das escolhas no deslocamento, tanto dentro como fora da cidade.
7	Na opinião, seu consumo alimentar, em quantidade e qualidade, mudou algo durante os últimos 10 anos?	Orientar o entrevistado para se manifestar acerca da mudança de seu consumo alimentar durante a última década, procurando entender as motivações destas mudanças e sua relação com outras áreas da vida, como a saúde o educação.
8	Como considera a sua situação de saúde atual?	Indagar acerca da situação de saúde do entrevistado, assim como fatores de risco associado a seu estilo de vida, alimentação, entre outros.
9	Como são feitas as suas compras diárias ou frequentes?	Conhecer as dinâmicas associadas as compras regulares: lugares, motivos, frequência, etc?

10	Você acha que houve alguma mudança no consumo de bens e serviços em geral, nos últimos 10 anos? Como foi isso?	Conhecer a maneira do entrevistado se relacionar com os bens e serviços e suas motivações, em função da: aquisição, troca, venda, entre outras dinâmicas.
11	Quais são seus espaços e/ou momentos de lazer?	Indagar acerca da valorização do lazer, considerando a definição dada pelos entrevistados
12	Como você vê as condições de vida no futuro? (daqui a 10 anos)	Levar os entrevistados a um processo de reflexão acerca do que esperam do futuro e como se visualizam nesse futuro.