

MARINA DE MAGALHÃES SOUZA

**NOVA CLASSE MÉDIA EM JUIZ DE FORA:
ESTILO DE VIDA, CONSUMO E USO SIMBÓLICO DOS BENS**

JUIZ DE FORA

2016

MARINA DE MAGALHÃES SOUZA

**NOVA CLASSE MÉDIA EM JUIZ DE FORA:
ESTILO DE VIDA, CONSUMO E USO SIMBÓLICO DOS BENS**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, Área de Concentração: Cultura, Democracia e Instituições, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito para a obtenção do grau de Doutor.

Orientadora Professora Doutora Elizabeth Murilho da Silva

JUIZ DE FORA

2016

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Souza, Marina de Magalhães .

Nova classe média em Juiz de Fora : Estilo de vida, consumo e uso simbólico dos bens / Marina de Magalhães Souza. -- 2016.
266 f. : il.

Orientador: Elizabeth Murilho da Silva

Tese (doutorado) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Instituto de Ciências Humanas. Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, 2016.

1. nova classe média. 2. mobilidade social. 3. estilo de vida. 4. consumo. I. Silva, Elizabeth Murilho da, orient. II. Título.

Para Mariana, Ana Carolina, Marino e Amilton.

AGRADECIMENTOS

A minha orientadora professora Dra. Elizabeth Murilho da Silva pelo apoio e paciência com as minhas dificuldades.

Aos membros da banca examinadora pela disponibilidade em participar desta etapa.

Aos membros da banca de qualificação professor Dr. Marcelo Ayres Camurça Lima e professora Dra. Maria Lúcia Bueno Ramos que me ajudaram com suas observações e contribuições.

Aos professores do PPGCS da UFJF em especial aos professores Drs. João Dal Poz Neto, Jessé de Souza, Marcelo Ayres Camurça Lima e Dmitri Cerboncini Fernandes com quem tive o prazer de conviver em sala de aula.

Aos colegas de turma de doutorado.

A todos os onze entrevistados desta pesquisa que confiaram e me permitiram entrar em suas vidas, em suas casas, em seus locais de trabalho e em seus sonhos.

A minha família Amilton, Mariana, Ana Carolina e Marino, meus irmãos Ana Maria e Fernando pelo apoio na jornada diária.

A todos os meus ex-alunos que me ensinaram mais do que lhes ensinei.

A UFJF que me proporcionou a experiência da graduação e doutorado.

As características das classes sociais dependem não somente de sua posição diferencial na estrutura social, mas também de seu peso funcional nessa estrutura, peso proporcional à contribuição que elas trazem a constituição dessa estrutura e que não está ligada somente a sua importância numérica (BOURDIEU, 1974, p.63).

RESUMO

Esta pesquisa investiga o estilo de vida, os hábitos de consumo e uso simbólico dos bens de uma nova fatia média da sociedade brasileira, identificada como nova classe média, representando um universo de indivíduos que puderam ascender socialmente, através do aumento de capital econômico e cultural, no período de 2001 a 2014. A coleta de dados é do período de 2013 a 2015. Para isto traça a trajetória de vida, os momentos simbólicos e os marcadores da ascensão social, a partir da construção da autoimagem dos personagens, relatos, observação participativa e convivência com 11 famílias, da cidade de Juiz de Fora, estado de Minas Gerais. O estudo parte do pressuposto teórico de que os bens operam como marcadores sociais e constituem uma linguagem capaz de revelar e comunicar o estilo de vida destas famílias, apesar da diversidade de estilos contemporâneos. O consumo é, portanto, indicador e a parte aparente, visível da ascensão social, que trouxe uma série de mudanças no estilo de vida e na forma como estes atores lidam com esta nova realidade, no mercado de trabalho, na família, na escola e nas trocas com as outras classes.

Nova classe média. Mobilidade social. Estilo de vida. Consumo

ABSTRACT

This research investigates the lifestyle, consumer habits and symbolic use of the goods of a new middle slice of Brazilian society identified as a new middle class, representing a universe of individuals who could ascend socially by increasing economic and cultural capital, from 2001 to 2014. Data collection is from 2013 to 2015. For this period traces the trajectory of life, symbolic moments and markers of social mobility, from the construction of self-image of the characters, stories, observation participatory and living with 11 families in the city of Juiz de Fora, Minas Gerais state. The study of the theoretical assumption that assets operate as social markers and constitute a language able to reveal and communicate the lifestyle of these families, despite the diversity of contemporary styles. Consumption is therefore indicator and visible part, visible from social mobility, which brought a lot of changes in lifestyle and in the way these actors deal with this new reality, the labor market, the family, school and in trade with the other classes.

New middle class. Social mobility. Lifestyle. Consumption

RESUMÉ

Cette recherche examine le mode de vie, les habitudes de consommation et l'utilisation symbolique des marchandises d'une nouvelle tranche milieu de la société brésilienne identifiée comme une nouvelle classe moyenne, ce qui représente un univers de personnes qui pourraient s'élever socialement en augmentant le capital économique et culturel, de 2001 à 2014. La collecte de données est de 2013 à 2015. Pour cette période, retrace la trajectoire de vie, des moments et des marqueurs de la mobilité sociale symboliques, de la construction l'image de soi des personnages, des histoires, l'observation de participative et de vivre avec 11 familles dans la ville de Juiz de Fora, l'état de Minas Gerais. L'étude de l'hypothèse selon laquelle les actifs fonctionnent comme des marqueurs sociaux et constituent un langage capable de révéler et de communiquer le mode de vie de ces familles, malgré la diversité des styles contemporains. La consommation est donc indicateur et partie visible, visible de la mobilité sociale, qui a apporté beaucoup de changements dans le mode de vie et dans la façon dont ces acteurs face à cette nouvelle réalité, le marché du travail, la famille, l'école et dans les échanges avec les autres classes.

Nouvelle classe moyenne . La mobilité sociale . Mode de vie . consommation

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 RENDA FAMILIAR R\$	45
TABELA 2 Felicidade Futura (em 5 anos) população total – 2008.....	61
TABELA 3 DEFINIÇÃO DAS CLASSES SOCIAIS -2008 (Renda domiciliar mensal total de todas as fontes).....	64
TABELA 4 DEFINIÇÃO DAS CLASSES SOCIAIS -2008 (Renda domiciliar mensal per capita do trabalho).....	64
TABELA 5 DEFINIÇÃO DAS CLASSES SOCIAIS – 2010)Renda domiciliar mensal total de todas as fontes).....	65
TABELA 6 DEFINIÇÃO DAS CLASSES SOCIAIS - 2012 (Renda domiciliar mensal de todas as fontes).....	65
TABELA 7 EVOLUÇÃO DAS CLASSES SOCIAIS*	68
TABELA 8 INFLAÇÃO NO BRASIL.....	76
TABELA 9 RENDIMENTO MÉDIO NOMINAL DO TRABALHO.....	77
TABELA 10 MATRIZ DE DESTINOS (quem era classe C inicialmente).....	78
TABELA 11 MATRIZ DE DESTINOS (quem era classe D inicialmente).....	78
TABELA 12 MATRIZ DE DESTINOS (quem era classe E inicialmente).....	79
TABELA 13 MATRIZ DE DESTINOS (quem era classe A e B inicialmente).....	79
TABELA 14 GRUPOS RENDA DE TRABALHO -POSIÇÃO NA COLOCAÇÃO.....	80
TABELA 15 GRUPOS RENDA DE TRABALHO - FORMALIDADE	81
TABELA 16 CLASSE C POR REGIÕES	82
TABELA 17 RENDA DOMICILIAR PER CAPITA POR REGIÃO.....	84
TABELA 18 PERFIL DAS CLASSES ECONÔMICAS 2009.....	85
TABELA 19 POSSE DE BENS.....	88
TABELA 20 GRAU DE INSTRUÇÃO DO CHEFE DA FAMÍLIA.....	89
TABELA 21 CORTES DO CRITÉRIO BRASIL.....	89
TABELA 22 CLASSES ECONÔMICAS PELO CRITÉRIO BRASIL %.....	90
TABELA 23 RENDA MENSAL DAS FAMÍLIAS.....	91
TABELA 24 MAIORES ANUNCIANTES EM JORNAIS.....	96

TABELA 25 DADE.....	109
TABELA 26 ESCOLARIDADE.....	110
TABELA 27 RENDA INDIVIDUAL.....	111
TABELA 28 RENDA FAMILIAR.....	111
TABELA 29 RENDA PER CAPITA.....	111
TABELA 30 RENDA POR ENTREVISTADO.....	112
TABELA 31 EVOLUÇÃO DO SALÁRIO MÍNIMO X INFLAÇÃO.....	151
TABELA 32 ESCOLARIDADE DOS PAIS COMPARAÇÃO FILHOS.....	162
TABELA 33 ACESSO CURSO SUPERIOR/TÉCNICO POR IDADE.....	163
TABELA 34 POSIÇÃO NO MERCADO DE TRABALHO.....	164
TABELA 35 BENS AMBIENTE DOMICILIAR.....	200
TABELA 36 TIPO MORADIA	201
TABELA 37 SITUAÇÃO AQUISIÇÃO MORADIA.....	202
TABELA 38 NÚMERO PESSOAS NA RESIDÊNCIA.....	204
TABELA 39 ACESSO A TECNOLOGIA.....	212
TABELA 40 LOCAIS DE COMPRA.....	214
TABELA 41 COMPRA DE VEÍCULOS.....	226
TABELA 42 CULTURAL E LAZER.....	235

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 PUBLICAÇÕES SOBRE A CLASSE C.....	104
QUADRO 2 REGIÕES POPULACIONAIS DOS ENTREVISTADOS.....	114
QUADRO 3 PONTOS DE MARCAÇÃO DOS MOMENTOS SIMBÓLICOS.....	144
QUADRO 4 MARCADORES DA ASCENSÃO SEGUNDO ENTREVISTADOS.....	160
QUADRO 5 POSIÇÃO MERCADO DE TRABALHO/ ESCOLARIDADE.....	161
QUADRO 6 PROFISSÃO DOS PAIS EM COMPARAÇÃO COM FILHOS.....	165
QUADRO 7 IDADE PRIMEIRO EMPREGO/OCUPAÇÃO.....	166
QUADRO 8 PARTICIPAÇÃO COMERCIAL DOS BAIRROS DE JF.....	222

LISTA DE ILUSTRAÇÃO

ILUSTRAÇÃO 1 DIVISÃO ADMINISTRATIVA DE JUIZ DE FORA.....	31
ILUSTRAÇÃO 2 LOCALIZAÇÃO DA MESSORREGIÃO DA ZONA DA MATA	33
ILUSTRAÇÃO 3 OCUPAÇÕES DE TRABALHADORES DE SALÁRIO BASE	53
ILUSTRAÇÃO 4 DISTRIBUIÇÃO DAS CLASSES SOCIAIS - Abril 2008.....	68
ILUSTRAÇÃO 5 PIRÂMIDE POPULACIONAL DIVIDIDA EM CLASSES	69
ILUSTRAÇÃO 6 EVOLUÇÃO DAS CLASSES SOCIAIS / EM MILHÕES.....	70
ILUSTRAÇÃO 7 RENDA BRASIL (renda familiar per capita).....	72
ILUSTRAÇÃO 8 MISÉRIA % DA POULAÇÃO BRASILEIRA (renda de todas as fontes).....	73
ILUSTRAÇÃO 9 GERAÇÃO LÍQUIDA DE EMPREGOS.....	74
ILUSTRAÇÃO 10 CLASSE C POR REGIÃO.....	83
ILUSTRAÇÃO 11 OCUPADOS 2009 (10 anos ou mais).....	84
ILUSTRAÇÃO 12 ACESSO A COMPUTADOR COM INTERNET 2009.....	5
ILUSTRAÇÃO 13 ONDA DE PUBLICAÇÕES SOBRE A NOVA CLASSE MÉDIA.....	107
ILUSTRAÇÃO 14 LOCALIZAÇÃO DOS ENTREVISTADOS POR REGIÃO.....	113
ILUSTRAÇÃO 15 LINHA DO TEMPO E1.....	117
ILUSTRAÇÃO 16 LINHA DO TEMPO E2.....	119
ILUSTRAÇÃO 17 LINHA DO TEMPO E3.....	120
ILUSTRAÇÃO 18 LINHA DO TEMPO E4.....	123
ILUSTRAÇÃO 19 LINHA DO TEMPO E5.....	126
ILUSTRAÇÃO 20 LINHA DO TEMPO E6.....	129
ILUSTRAÇÃO 21 LINHA DO TEMPO E7.....	132
ILUSTRAÇÃO 22 LINHA DO TEMPO E8.....	134
ILUSTRAÇÃO 23 LINHA DO TEMPO E9.....	136
ILUSTRAÇÃO 24 LINHA DO TEMPO E10.....	139
ILUSTRAÇÃO 25 LINHA DO TEMPO E11.....	142
ILUSTRAÇÃO 26 MOMENTOS SIMBÓLICOS.....	145
ILUSTRAÇÃO 27 ELEMENTOS DA ASCENSÃO	148
ILUSTRAÇÃO 28 CONTEXTO DA ASCENSÃO	149
ILUSTRAÇÃO 29 DISPOSIÇÃO PARA ASCENSÃO	155

ILUSTRAÇÃO 30 ENGRENAGEM DA ASCENSÃO	156
ILUSTRAÇÃO 31 ESTRATÉGIA DA ASCENSÃO.....	160
ILUSTRAÇÃO 32 SALÃO DO ENTREVISTADO E2.....	167
ILUSTRAÇÃO 33 ATELIÊ DE COSTURA DA ENTREVISTADA E10	168
ILUSTRAÇÃO 34 GRUPO ESPÍRITA EM BUSCA DA CARIDADE.....	192
ILUSTRAÇÃO 35 IGREJA SHEKINAH.....	192
ILUSTRAÇÃO 36 RESIDÊNCIA ENTREVISTADO E11.....	205
ILUSTRAÇÃO 37 RESIDÊNCIA ENTREVISTADO E 7.....	206
ILUSTRAÇÃO 38 RESIDÊNCIA ENTREVISTADA E8.....	207
ILUSTRAÇÃO 39 RESIDÊNCIA ENTREVISTADA E5.....	208
ILUSTRAÇÃO 40 FACHADA SHOPPING SANTA CRUZ.....	215
ILUSTRAÇÃO 41 FACHADA SHOPPING SANTA CRUZ.....	216
ILUSTRAÇÃO 42 GALERIA DOS POBRES.....	217
ILUSTRAÇÃO 43 GALERIA DOS POBRES.....	217
ILUSTRAÇÃO 44 REDE ATACADISTA MAKRO.....	219
ILUSTRAÇÃO 45 REDE ATACADISTA ATACADÃO.....	219
ILUSTRAÇÃO 46 SUPERMERCADO BAHAMAS.....	220
ILUSTRAÇÃO 47 AV. GETÚLIO VARGAS.....	223
ILUSTRAÇÃO 48 AV. GETÚLIO VARGAS.....	223
ILUSTRAÇÃO 49 AV. GETÚLIO VARGAS.....	223
ILUSTRAÇÃO 50 FACHADA SPORT CLUBE MARIANO PROCÓPIO.....	233
ILUSTRAÇÃO 51 PISCINA SPORT CLUBE MARIANO PROCÓPIO.....	239
ILUSTRAÇÃO 52 PISTA DE BOCHA SPORT CLUBE MARIANO PROCÓPIO.....	234
ILUSTRAÇÃO 53 SALA DE JOGOS SPORT CLUBE MARIANO PROCÓPIO.....	234

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	16
1.1 O CONTEXTO DA PESQUISA EM JUIZ DE FORA.....	29
2 NOVA CLASSE MÉDIA E SUAS SIGNIFICAÇÕES.....	39
2.1 OS CRITÉRIOS PARA UMA CLASSE MÉDIA BRASILEIRA.....	42
2.2 OS CRITÉRIOS DESTA PESQUISA PARA UMA NOVA CLASSE MÉDIA.....	45
2.3 O TRABALHO NA BASE DA PIRÂMIDE SOCIAL	49
2.4 OS BATALHADORES BRASILEIROS.....	55
2.5 UMA NOVA CLASSE MÉDIA.....	60
2.5.1 Renda do trabalho.....	63
2.5.2 A estrutura das casses econômicas.....	67
2.5.3 Perfil sócio - econômico da classe C.....	79
2.6 O CRITÉRIO BRASIL.....	87
2.7 A CONQUISTA DA VISIBILIDADE, DE NICHOS A MERCADO.....	91
3 A FINA LINHA DIVISÓRIA DA ASCENSÃO	108
3.1 QUEM SÃO OS EMERGENTES.....	108
3.2. AS TRAJETÓRIAS DE VIDA.....	114
3.3 OS MOMENTOS SIMBÓLICOS.....	142
3.4 AS FORMAS DE ASCENSÃO.....	145
3.5 OS QUATRO MITOS DA ASCENSÃO.....	169
3.5.1 Dependência direta de programas de assistência social.....	170
3.5.2 Conformismo de classe.....	171
3.5.3 Instabilidade e fragilidade da ascensão.....	173
3.5.4 Incapacidade de gestão e planejamento.....	173
3.6 O FUTURO COMO EXTENSÃO DO PRESENTE.....	176

4 ESTILO DE VIDA E O MUNDO DOS BENS DOS EMERGENTES.....	181
4.1 AS DISPOSIÇÕES IDEOLÓGICAS.....	188
4.2 O AMBIENTE DOMICILIAR.....	200
4.3 OS NOVOS HABITOS DE CONSUMO DE BENS E SERVIÇOS.....	210
4.4 CULTURA, LAZER E TEMPO LIVRE.....	226
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	237
REFERÊNCIAS.....	247
GLOSSÁRIO.....	257
SIGLAS.....	260
APÊNDICE.....	263

1 INTRODUÇÃO

Este estudo investiga o estilo de vida de uma nova fatia média da sociedade brasileira que teve acesso ao mundo dos bens e do consumo nos últimos anos, notadamente a partir do ano de 2001 até 2015, identificada na mídia e em estudos como nova classe média ou nova classe C. Para isto identifica os hábitos de consumo, o uso simbólico dos bens, a rápida ascensão social, as expectativas, os sonhos, transformações e trajetória da classe, a partir da construção da autoimagem destes personagens, baseada nos relatos, na observação participativa e na convivência junto a estes grupos.

A mobilidade social sempre existiu nas sociedades, mas neste período da pesquisa compreendido entre 2001 e 2015, ela aconteceu de forma atípica e inédita, tanto no espaço de tempo, como no número de indivíduos envolvidos e nas consequências. Num curto período de tempo, um grande número de indivíduos experimentou a ascensão e pode mudar seu capital econômico e cultural de forma significativa, capaz de atuar sobre o seu estilo de vida.

A pesquisa foi desenvolvida no período de 2011 a 2015, sendo as entrevistas e coleta de dados ocorridos no período de 2013 a 2015. O recorte de tempo adotado é dos anos compreendidos entre 2001, período em que as pesquisas estatísticas começaram a identificar as mudanças e disponibilizar os dados existentes e primeiro semestre de 2015, limite máximo imposto para análise deste trabalho.

Esta pesquisa não contempla as transformações econômicas e políticas mais recentes e possíveis consequências sobre a classe C, que se agravaram principalmente a partir de meados de 2015, com a alta do dólar. Por ser um fenômeno recente na sociedade brasileira, a opção metodológica foi por limitar o estudo até o primeiro semestre do ano de 2015. Os reflexos de uma possível crise econômica, sejam eles de qualquer ordem e dimensão, não anulam o fenômeno que se desenvolveu nos anos anteriores.

A opção pelo estudo a partir do consumo e uso dos bens parte do pressuposto teórico de que os bens operam como marcadores sociais (BOURDIEU, 2007) e constituem uma linguagem (DOUGLAS, 2004; BAUDRILLARD, 1993), capaz de

revelar e comunicar o estilo de vida destas famílias, apesar da diversidade de estilos contemporâneos.

O estudo investiga como as pessoas e famílias aproveitaram as oportunidades que tiveram para ascender socialmente e não avaliar ou apontar as causas econômicas e políticas públicas que geraram este efeito. Isto seria campo de outra pesquisa. A abordagem não é, portanto, política ou econômica, mas abrange os costumes, o estilo de vida e o universo simbólico da nova classe média. Muitas pessoas tiveram as mesmas oportunidades e nem todas conseguiram ascender, o que indica uma composição mais complexa, uma diferença no posicionamento e nos processos do dia a dia destes indivíduos.

Apesar disto, a pesquisa situa o contexto em que as transformações ocorreram, quadro fundamental para entendimento de um dos fenômenos sociológicos mais importantes e significativos dos últimos anos, que se desenvolveu durante os dois governos do presidente Luiz Inácio Lula da Silva e da presidente Dilma Rousseff, do PT (Partido dos Trabalhadores). As maiores transformações apontadas pelas pesquisas como controle da inflação, geração de empregos, redução da pobreza e aumento do consumo ocorreram no intervalo entre os dois presidentes, nos dois últimos anos do segundo mandato de Lula e nos dois primeiros anos da presidente Dilma. Um governo popular liderado por um ex-operário e ex-sindicalista também gerou uma atmosfera de abertura de possibilidades, um ambiente simbólico importante para as classes mais pobres.

A noção de estilo de vida na sociedade contemporânea está muito ligada ao consumo o que sugere que ele pertence ao mundo das classes mais prósperas, muito em função também da publicidade que incentiva a mercantilização da vida. Assim, os pobres seriam excluídos do privilégio da escolha de um estilo de vida por estarem mais ligados à urgência da sobrevivência. Neste aspecto, se considerarmos somente o consumo, as classes mais pobres teriam uma limitação material na escolha de seu estilo de vida. Mas o estilo de vida não se resume ao consumo material, mas às escolhas e decisões de vida em vários outros campos como no trabalho e na família, e no planejamento da vida. Mesmo em situação de desigualdade e de limitação material a vida impõe a escolha de um estilo. Giddens (2002) lembra que a modernidade produz

diferença, exclusão e marginalização, mas sempre existe a possibilidade da escolha ainda que limitada pela condição econômica.

O consumo é, portanto, indicador e a parte aparente, visível da ascensão social, que trouxe algumas mudanças no desenho da vida social, no estilo de vida e na forma como estas pessoas passaram a lidar com esta nova realidade, no mercado de trabalho, na família, na escola e na relação com as outras classes. A mudança não ocorreu somente no poder de compra, mas também no modo de viver.

A população brasileira hoje é em sua maioria formada pela classe média ou classe C, 53,5% da população brasileira, ou seja, um universo de 94,9 milhões de brasileiros, sendo que 32 milhões tiveram acesso na última década, fatia que vem sendo chamada de nova classe média, motivação desta pesquisa. As classes A e B representam 15,22%, D (14,70%) e E (17,89%). De 2002 a 2008, a classe C teve um crescimento de 14,84%; A e B (16,31%), D (3,54%). A classe E teve uma redução de 37,54%. O poder de compra da classe C em 2009 era de 46,24%, maior que das classes A e B, que era de 44,12%. A taxa de permanência na classe C vem crescendo segundo a matriz de destinos do CPS/FGV¹ (2009) atingindo 84,58%, numa demonstração de que a ascensão é estável até este momento.

Várias pesquisas traçam um perfil da classe média brasileira, diferindo quanto à faixa de renda e percentual de participação na sociedade brasileira. Também existem interpretações diferentes sobre o conceito de nova classe média. Estas diferenças serão discutidas e comparadas no capítulo seguinte. Por uma necessidade metodológica a pesquisa adotou alguns conceitos e critérios que nortearam este estudo. Os critérios para estas escolhas foram credibilidade das instituições promotoras e atualidade dos dados estatísticos.

Esta pesquisa de caráter exploratório faz uma intercessão ente os conceitos de classe econômica e classe social, por acreditar que estes critérios, aliados ao trabalho de campo, podem revelar um quadro mais próximo da realidade do grupo estudado, considerando seu poder de geração de renda, consumo e de geração de conteúdos simbólicos e interpretações da realidade. Somente a renda não é capaz de definir uma

¹ Centro de Pesquisas Sociais da Fundação Getúlio Vargas.

classe, mas o capital econômico tem muita influência na determinação de seu estilo de vida e na forma como se posiciona socialmente.

Quanto à renda este estudo toma como base os limites da SAE/PR² (2014) de renda familiar estabelecida para a classe C, compreendido entre R\$ 2.005,00 e R\$ 8.640,00. Já o CPS/FGV estima uma renda familiar entre R\$ 1.734,00 e R\$ 7.475,00. Mas como este estudo tem como objeto os novos membros de ascensão recente, a faixa de renda mais próxima dos entrevistados é a do limite mínimo. Pesquisa do Datafolha (2013) indicou que 66% das famílias brasileiras vivem com renda de até R\$ 2.034,00.

Quanto ao conceito de nova classe média, a opção é abordar os novos membros através do critério de fluxo, e assim chama-los de “nova classe média”, isto é, os membros que ascenderam, cerca de 32 milhões de pessoas, objeto desta pesquisa. O critério de estoque considerando uma nova classe média transformada pelos novos membros foge ao objetivo principal de estudar como se deu a ascensão e como o fenômeno afetou o estilo de vida destes novos membros. Isto porque esta faixa de emergentes traz valores distintos daqueles que nasceram e foram criados nos costumes da chamada classe média tradicional.

Cinco estudos específicos, principais e centrais foram considerados para esta pesquisa. Eles podem ser agrupados em três campos, que representam e acrescentam uma forma particular de ver o fenômeno – estado, academia e mercado - e carregam consigo as consequências de sua posição e função no discurso e na estrutura social que ocupam.

O primeiro destes campos é ligado a instituições de caráter público e governamental representada pelos estudos dos pesquisadores Marcelo Neri e Marcio Pochmann, do IPEA³ e da FGV⁴, e da SAE/PR, desenvolvidos durante os governos do PT.

O segundo campo é representado pelo meio acadêmico, no trabalho de pesquisa do sociólogo e professor Jessé Souza, que desenvolveu os conceitos de subcidadania, ralé estrutural e batalhadores.

² Secretaria de Assuntos Estratégicos da presidência da República.

³ Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, ligada à SAE (Secretaria de Assuntos Especiais da Presidência da República)

⁴ Fundação Getúlio Vargas

E o terceiro campo representa o mercado, através da definição econômica de classe social do Critério Brasil, adotada pelas empresas de pesquisas e nas relações de consumo. A divisão nestes três campos é uma tentativa e opção metodológica de estudo, mas em muitos momentos, como em todas as estruturas, eles se confundem e trocam informações no sistema, de maneiras e intensidade variáveis. O campo do poder público e governamental é o que faz mais trocas com o campo do mercado.

Estes três campos são distintos, mas não necessariamente se excluem e se complementam em muitos pontos. É possível identificar nestes estudos quatro conceitos de personagens, atores desta pesquisa, que são os trabalhadores pobres, os batalhadores, os emergentes e os novos consumidores. As divergências e as interpretações deste fenômeno, entretanto, não comprometem o seu estudo e o que é realmente importante. Todas as interpretações reconhecem que a ascensão ocorreu e que o fenômeno é uma construção social que precisa ser mais estudada.

Os dados desta pesquisa foram recolhidos através das técnicas de entrevistas, aplicação de questionário (apêndice), observação dos contextos, registro visual e participação em eventos e ambientes frequentados pelos entrevistados, numa tentativa de melhor entender este contexto. As entrevistas foram gravadas e realizadas em vários locais como residência, local de trabalho ou locais públicos, no período de 2012 a 2014. Em alguns casos foram necessários mais de um encontro para se chegar ao resultado esperado, dependendo da capacidade de organização do discurso do entrevistado. A gravação inibiu e causou desconforto para alguns entrevistados e muitos dados foram coletados após a gravação, complementando as informações. Também informações adicionais foram necessárias após os momentos de entrevista.

O questionário foi aplicado após a entrevista e em alguns casos se misturou à entrevista, porque levantou aspectos não abordados anteriormente. A coleta de dados pela comunicação informal traz para a pesquisa a riqueza dos relatos e das conversações cotidianas. Antes da entrevista e do questionário foi esclarecido que os dados coletados seriam utilizados somente para esta pesquisa, sem identificação do entrevistado e que em hipótese nenhuma as informações seriam repassadas para qualquer outra pessoa ou objetivo. Isto trouxe uma confiança maior e também mais segurança na coleta de dados.

A entrevista segue um roteiro geral, sem perguntas fixas, o entrevistado tem liberdade para conduzir o seu relato, preservando assim as características de seu discurso e a

construção de sua realidade pela narrativa. Mas nem sempre estas narrativas coincidem com a realidade vivida, uma vez que as pessoas tendem a valorizar e fantasiar as suas próprias histórias e experiências, o que exige uma análise mais aprofundada e detalhada, de modo a impedir interferências na análise dos dados, constituindo mais uma característica do discurso e uma maneira de interpretar a própria experiência. As pessoas não estendem o relato das passagens de maior dificuldade da vida, isto é um ponto comum. Não vitimizam a existência e preferem destacar as conquistas, apesar de em alguns momentos haver relatos de dificuldades.

Na entrevista, apesar da liberdade de construção do discurso, buscou-se estimular o depoimento sobre os aspectos da origem familiar, a vida escolar, a vida profissional, os acontecimentos mais importantes, as mudanças dos últimos anos, os motivos que levaram à mudança e as expectativas para os próximos anos. Isto permitiu uma sequência semelhante entre os relatos e a identificação de pontos comuns e seus distanciamentos.

Buscou-se gerenciar estas conversas com o objetivo de gerar uma sequência produtiva, para que os dados pudessem ser bem apurados. Existe uma tendência a historicizar a biografia, o que requer um cuidado maior na interpretação dos dados, tendo sempre em vista que a relação entre pesquisador e entrevistado é também uma relação de signos, de troca e de observador do sistema (MATURANA, 1997).

Os relatos foram considerados da forma como foram feitos, seguindo a linha de interpretação de cada um dos entrevistados, respeitando a sua avaliação e o formato de construção da sua realidade, ainda que em alguns casos, fosse possível perceber a omissão de informações, posições, opções e uso de dispositivos de reter informações. Também algumas imprecisões foram detectadas como divergências de datas e dados de familiares. Imprecisões estas que não foram suficientemente importantes para alterar o relato e as trajetórias. Nestes casos, foram mantidas e respeitadas as informações e interpretações dos entrevistados, ainda que a realidade observada pelo pesquisador fosse diferente. São as “pequenas mentiras brancas” como definiu Garfinkel (2015).

Os entrevistados se mostraram receptivos, o que já revela uma característica da classe de expor sua rotina de vida, preferências e conquistas. As esferas pública e privada (HABERMAS, 2003) não são bastante definidas e seus limites se confundem. A única resistência é com relação ao registro visual das residências. Aqui a esfera privada

do lar é preservada. A imagem exerce um poder comprovatório e revelador da identidade, o que gera uma reserva quanto à exposição. Por isto a opção de realizar o registro visual externo das residências.

As entrevistas foram realizadas individualmente, mas tanto o questionário, quanto a entrevista colheram dados também das famílias, traçando um contexto maior da vida destas pessoas. Assim, os dados refletem também o estilo de vida dos familiares e não somente dos entrevistados, ampliando o universo da pesquisa para um grupo maior de pessoas. Nem sempre o entrevistado foi o responsável direto pela família, buscou-se identificar o membro motivador da mudança, o que em muitos casos este personagem não era representado pelo chefe familiar, mas por outro membro.

A participação e observação em eventos e ambientes se deram de duas formas: com a presença dos entrevistados ou sem a presença deles. Foram frequentadas residências, festas, reuniões, locais de compras, locais de trabalho, lazer, salão de beleza, igrejas, academia de ginástica e visitas a hospitais (uma das entrevistadas passou por várias internações). Em todos os eventos os entrevistados sabiam que estavam sendo observados, mas em muitos casos a presença da pesquisadora foi interpretada como uma gentileza. Buscou-se observar o dia a dia dos entrevistados, suas atividades, a evolução de suas experiências e os fatos cotidianos. Os ambientes foram analisados em seus aspectos físicos e comportamentais, visando observar como os entrevistados se comportam e transitam dentro destes espaços.

Para isto, procurou-se manter o contato com os pesquisados fora e além dos momentos da entrevista e da aplicação do questionário, através de contatos por telefone, visitas, encontros e acompanhamento nas redes sociais, uma vez todos a utilizam e a maioria é ativa nas redes. As redes sociais, apesar de ainda pouco usadas, são mais um recurso a serem utilizadas pelos pesquisadores, pois permitem uma observação do comportamento do entrevistado, de suas posições e opiniões, contribuindo na formação e no entendimento do seu perfil, apesar das características deste meio, onde as pessoas tendem a ter comportamentos diferentes dos adotados no relacionamento com seus pares. A tecnologia faz uma mediação diferente das relações entre as pessoas.

Eliminou-se assim o distanciamento das pesquisas que se resumem somente num único contato para coleta de dados. Buscou-se conviver com estes entrevistados e entrar, ainda que de maneira artificial, em seu mundo de (re)interpretações e (re)significações.

O objetivo foi de conviver e buscar entender seu estilo de vida e não apenas colher dados em um momento único e impessoal.

Muitas dúvidas surgidas nos depoimentos e nos questionários foram esclarecidas nestes contatos posteriores às entrevistas. Algumas entrevistas, principalmente as realizadas no início da pesquisa tiveram de ser refeitas ou complementadas, uma vez que novos fatos ocorreram, como mudança de emprego, gravidez, viagens, compra de outros bens e até mesmo mudança de cidade. Desta forma foi possível acompanhar, atualizar e acrescentar dados durante todo o tempo da pesquisa.

Foi pesquisado um grupo de 11 (onze) pessoas escolhido por meio de contatos pessoais e indicações de pessoas próximas ou dos próprios entrevistados, que em muitas ocasiões sugeriram seus pares, de várias idades, profissões, escolaridade e posição familiar. Este número na verdade se ampliou em termos de indivíduos envolvidos, uma vez que também a situação familiar foi considerada, incluindo todos os membros da família como irmãos, pais, companheiros (as) e filhos. Assim, estas 11 (onze) pessoas, na verdade, representam um universo de 31 indivíduos incluindo os familiares que residem na mesma residência. Este número poderia ser ainda maior, uma vez que como veremos no item que descreve as moradias, muitos residem em casas anexas a parentes, dividindo o mesmo terreno.

Buscou-se avaliar um número mais modesto de indivíduos, para permitir um acompanhamento mais profundo destas pessoas, muito além da aplicação distante de um questionário e de respostas que poderiam ser calculadas estatisticamente. A amostragem é qualitativa e não numericamente representativa. Um número muito grande de entrevistados não permitiria a qualidade da coleta realizada, já que seria impossível conviver com maior frequência com todos eles, como foi possível alcançar.

A única delimitação geográfica é o município de Juiz de Fora, abrangendo várias regiões e bairros da cidade, levantando mais um dado, já que esta nova classe média está pulverizada em vários pontos do município, nos bairros periféricos e não se limitando a uma área ou região. Não se usou como critério a delimitação de idade uma vez que o fenômeno da ascensão social atingiu várias faixas, desde mais jovens até adultos jovens, ainda que em proporções diferentes.

O município de Juiz de Fora é bastante heterogêneo geograficamente, sendo que os bairros mais pobres ou mais ricos não estão concentrados em uma única região, como outros centros urbanos, principalmente entre os bairros mais antigos. O município tem bairros de classe média, baixa e alta, espalhados geograficamente. Na zona norte, existe uma concentração maior de bairros mais pobres, formando uma área bastante característica, com estrutura própria de comércio e serviços bastante independentes. As classes sociais estão bastante pulverizadas nas regiões municipais e também dentro dos próprios bairros, principalmente em bairros mais antigos e os de forte imigração, com muitas famílias tradicionais que não perderam contato com suas regiões e acabaram construindo patrimônios preservados por várias gerações ao lado de novos moradores. Já nos novos bairros e loteamentos esta distinção é bastante acentuada.

Para identificar os componentes da nova classe C que seriam entrevistados foram tomados como base estudos publicados sobre o tema, notadamente as pesquisas do IPEA, CPS/FGV e SAE/PR, que traçam um perfil da classe. Foi adotada uma conjugação de faixa de renda, aspectos aparentes que indicavam uma ascensão social, como aumento do poder de consumo de bens materiais e culturais e origem familiar. Através destes dados foi possível estabelecer semelhanças e identificar com uma relativa precisão os sujeitos a serem entrevistados, já se sabendo que estariam incluídos nesta faixa. Um ponto determinante para a identificação dos entrevistados foi a análise de sua origem familiar.

Ainda assim, alguns contatos foram eliminados da pesquisa após a certificação de que não se enquadrariam neste perfil, estando acima, abaixo ou mesmo na classe C, mas com trajetória diferente, com ascensão anterior ao período estudado ou de origem familiar estável. Esta identificação preliminar é importante, uma vez que até mesmo os entrevistados tem dificuldade em se encaixar nesta classificação e apesar de vivenciarem a melhoria de vida e de situação financeira não acreditam que são classe média.

A maior dificuldade da pesquisa foi se despir dos conceitos, preconceitos e fantasias que construímos sobre as classes mais pobres e sobre os outros de maneira geral, compreender e aceitar a complexidade dos estilos de vida, mesmo em situações de limitações de várias ordens, econômicas, culturais e de oportunidades. Mesmo nestas

situações as pessoas possuem escolhas a serem feitas que vão desenhar as suas rotinas de vida e construir suas identidades.

Outro questionamento, neste momento da pesquisa, foi com relação ao envolvimento emocional e afetivo com os entrevistados. Em alguns casos o contato se tornou mais intenso, além de uma simples relação de entrevistado e pesquisadora, limitada ao momento do contato para a entrevista e aplicação do questionário, estabelecendo relações cordiais. A dúvida surgiu em razão da busca de um ideal de neutralidade científica, principalmente, porque alguns entrevistados já eram conhecidos de outras situações, anteriores ao início da pesquisa e por isto mais íntimos.

Mas o nível de envolvimento alcançado não prejudicou os resultados e foi considerado como um ganho de qualidade na coleta dos dados no campo, contribuindo para um aprofundamento do entendimento e compreensão de seus estilos de vida, seus sentimentos, suas posições e emoções, seus dramas, conflitos e alegrias. Por ser uma pesquisa qualitativa e envolver uma reflexão de passado e de perspectivas dos entrevistados, este envolvimento também contribuiu para criar um clima de confiança e segurança entre pesquisador e pesquisado capaz de revelar uma situação mais real possível.

Outro aspecto importante e que foi sendo desenvolvido e amadurecido, à medida que a pesquisa avançava, foi a capacidade de compreensão e aceitação de relatos que pareciam até mesmo impossíveis ou improváveis, revelando uma nova dimensão da realidade, sem que isto se apresentasse como surpresa ou algo exótico ou surpreendente. Não se trata de uma naturalização dos fatos relatados, dos dramas, dificuldades, deficiências, mas de uma compreensão mais serena de alguns aspectos inesperados da vida destas pessoas, uma dimensão diferente da interpretação da realidade. Um processo de interiorização de novas visões, versões, vivências, experiências, sem os perigos e riscos dos julgamentos, enquadramentos e deslumbramentos diante de outra face da vida. Também neste aspecto buscou-se evitar as comparações com outros estilos de vida e da própria pesquisadora, reduzindo assim a possibilidade de pré-julgamentos. Outro aspecto importante foi a constatação de que todos os estilos de vida, independente de suas limitações ou horizontes, são originalmente interessantes e surpreendentes.

Outra dificuldade foi separar o que realmente era importante e representativo de um estilo de vida de uma classe social, ou somente fatos ou acontecimentos isolados

sem importância no contexto social. Para esta distinção levou-se em consideração a própria importância e destaque que o entrevistado deu ao fato e a possibilidade de sua repetição e ocorrência de forma semelhante na vida de outros entrevistados. Buscou-se assim estabelecer semelhanças e divergências entre os relatos, para estabelecer um padrão, um coletivo.

Esta pesquisa está estruturada em quatro capítulos. O primeiro deles é uma introdução e esclarece as condições em que a pesquisa foi realizada e seus critérios. O segundo capítulo é conceitual e econômico e traça as diversas interpretações e definições dos termos referentes à classe média e nova classe média brasileira, referenciando os principais estudos e considerações sobre a questão. O terceiro capítulo constrói um perfil dos entrevistados e do contexto sócio econômico e geográfico da pesquisa, assim como as suas origens e trajetórias, abordando o passado, as condições que permitiram a ascensão, as expectativas para o futuro, os momentos simbólicos e marcadores da ascensão. O quarto capítulo aborda o mundo dos novos consumidores emergentes, seu estilo de vida, hábitos de consumo e o uso simbólico dos bens.

A emergência de uma nova classe média e dos desafios do resultado desta mobilidade foi primeiramente percebida pela pesquisadora na experiência de magistério e coordenação pedagógica de ensino superior em uma universidade particular, que tradicionalmente recebia alunos de classes de maior poder aquisitivo, com mensalidades inacessíveis para grande parte da sociedade brasileira. Esta realidade começou a mudar a partir do ano de 2005, quando as turmas de ingressantes começaram a ser compostas por várias classes sociais, fenômeno que se potencializou nos anos seguintes. As primeiras turmas eram formadas por jovens de classe alta, filhos de empresários, com pretensões de carreira política, empreendedorismo ou de cuidar dos negócios da família.

O maior acesso de jovens pobres ao ensino superior particular foi possível entre outros fatores, pela concorrência no mercado da educação privada que fez as mensalidades caírem pela metade, oferta de cursos noturnos em várias áreas e criação do PROUNI (Programa Universidade Para Todos)⁵ do governo federal, em 2005, que já ofereceu 1,9 milhões de bolsas integrais e parciais.

⁵ Programa Universidade para Todos que oferece bolsa integral para renda per capita de até 1,5 salários mínimo e parcial de 50%, para renda de até 3 salários mínimos per capita. O candidato deve prestar o

A mudança no perfil dos ingressantes provocou muitos conflitos em sala de aula entre os próprios alunos e entre os professores, com episódios de baixo rendimento, discriminação, *bullying* e conflitos graves. O projeto pedagógico elaborado visando um perfil de ingressante e egresso não atendia mais a realidade da sala de aula e precisou ser reformulado e adaptado à nova realidade e ao perfil dos ingressantes: alunos oriundos de escolas públicas, exames supletivos, trabalhadores, filhos de pais com baixa escolaridade e analfabetos.

Por muitas vezes alunos faltavam às aulas e provas por não terem dinheiro para o transporte até a Faculdade, com *campus* longe do centro da cidade. Professores chegaram a pagar transporte, taxas de segunda chamada de provas e até mesmo lanche antes das aulas, para aqueles que vinham direto do trabalho ou de cidades vizinhas. Algumas vezes alunos passaram mal, com queda de pressão e hipoglicemia devido ao longo período sem alimentação. Muitos desistiram do curso devido a dificuldades econômicas e de adaptação.

Um exemplo destes conflitos pode ser observado no episódio, quando os alunos indicaram o filme “2 filhos de Francisco”⁶ para um debate e o professor se recusou a discutir “este lixo” gerando revolta dos alunos. Em outro episódio, uma professora decepcionada com o rendimento da turma, em uma disciplina considerada complexa, chegou a declarar em sala de aula que os alunos nunca seriam bem sucedidos na profissão e que nunca seriam capazes de concorrer com os alunos da USP⁷. No primeiro caso, o professor se desculpou e desenvolveu a atividade com resultado produtivo. No segundo caso, a professora foi afastada da disciplina e outro profissional assumiu com bom rendimento ao final do curso.

Também o preconceito de classe vitimou muitos alunos que se sentiam inferiores e eram constantemente humilhados por colegas de classe e recebiam apelidos pejorativos em alusão à sua condição social. Pequenos grupos incomunicáveis foram se formando em sala de aula de acordo com a posição social. Um dos episódios mais marcantes foi de uma turma que queria impedir um aluno do PROUNI de participar da solenidade de colação de grau, porque não fazia parte do fundo de formatura. A

Enem no ano anterior e ter aproveitamento de 75% durante o curso superior para não perder o benefício. Criado em 2004 pela Lei 11.096 já atendeu 1,9 milhão de estudantes.

⁶ Filme de 2005, do diretor Breno Silveira, sobre a carreira da dupla sertaneja Zezé Di Camargo e Luciano. Alcançou público de 4.793.434 e faturamento de R\$ 34.167.688.

⁷ Universidade de São Paulo.

instituição teve de intervir e esclarecer que a colação é um rito oficial e gratuito oferecido pela universidade e que não tinha nenhum vínculo com as festividades custeadas pelo fundo. Ainda assim, a participação continuou a ser contestada, uma vez que num acordo com a universidade, a pedido dos alunos, o fundo pagaria parte dos custos extras para realizar uma cerimônia com mais luxo. Somente a intervenção da Reitoria solucionou a questão e o aluno pode colar grau junto da turma.

Este trabalho, abordando a inclusão social e o novo contexto da educação superior, apresentado pela pesquisadora foi premiado no programa nacional “Rumos do Jornalismo”, do Instituto Itaú Cultural no ano de 2008, que se dedicou aos estudos da cultura e educação. Como resultado desta premiação um grupo de nove professores universitários premiados foi encarregado de uma pesquisa, patrocinada pelo Itaú Cultural, que gerou na publicação do livro “Mapeamento do ensino do jornalismo cultural⁸”, em 2008, com recursos da Lei Rouanet. No ano seguinte foi publicado pela Editora Miró, o livro “7 propostas para o jornalismo cultural”⁹, com participação de sete destes pesquisadores.

A partir da experiência destes jovens, que conseguiram ter acesso ao ensino superior, foi possível perceber que a mudança atingia toda a família e não somente o campo da formação profissional, mas também os campos do consumo de bens materiais e culturais. A mobilidade social estava ocorrendo de forma rápida e com profundas transformações entre as classes. As mudanças não eram somente no aumento da renda, mas também no estilo de vida, nas preferências e opções pessoais. Os indivíduos experimentaram uma mudança no capital econômico, mas também no capital cultural (BOURDIEU, 2007) e nas relações com as outras classes e seus pares.

⁸ MAGALHÃES, Marina de S.; MARINHO, M.S.; ANCHIETA, I. ; AZZOLINO, A.P.; e outros. Mapeamento do ensino do jornalismo cultural em 2008. 1. ed. São Paulo: Instituto Itaú Cultural, 2008.

⁹ MAGALHÃES, Marina de S.; AZZOLINO, Adriana Pessatte; ALZAMORA, Geane; ANCHIETA, I. ; Marinho, Margareth Assis; TEIXEIRA, Nisio; GOLIN, Cida. 7 Propostas para o Jornalismo Cultural. 1. ed. São Paulo: Miró Editorial, 2009. .

1.1 O CONTEXTO DA PESQUISA EM JUIZ DE FORA

Esta pesquisa foi realizada com moradores do município de Juiz de Fora, no estado de Minas Gerais, e para melhor entendimento da realidade dos atores investigados é necessário compreender o contexto local onde estes personagens vivem e constroem suas histórias. Este cenário ajuda a entender as opções e as escolhas dos atores em sua trajetória de vida e principalmente, as condições a que foram submetidos. Para isto foi tomado como base os dados do Anuário Estatístico 2012, do Centro de Pesquisas Sociais da UFJF (Universidade Federal de Juiz de Fora)¹⁰, do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística)¹¹, notadamente o Censo 2010 e da Prefeitura Municipal de Juiz de Fora¹². Esta opção se justifica por serem organismos reconhecidamente confiáveis, oficiais e complementares, uma vez que o CPS busca dados no IBGE, mas os complementa com outros bancos locais, não contemplados pelo instituto.

O município de Juiz de Fora, estado de Minas Gerais está localizado no sudeste mineiro, na mesorregião da Zona da Mata, com 516.247 (Censo 2010) habitantes¹³, com uma área total de 1.429.875 Km², sendo 446,551 na zona urbana e 983,324 na zona rural. Apesar desta extensão rural, o município é predominantemente urbano, com 98,90% da população vivendo na zona urbana e somente 1,23% na zona rural. A densidade demográfica é de 359.59 habitantes por km² e o crescimento populacional é de 1,89%. O número de eleitores é de 386.901.

O município está dividido em oito zonas administrativas, subdividas em 81 regiões, sendo a maior delas a zona norte, com 16 subdivisões, 63 localidades e uma população de aproximadamente 94 mil habitantes. Todas as zonas administrativas reúnem cerca de 240 localidades ou bairros. As classes sociais estão bastante diluídas em todos os pontos da cidade, não se concentrando em uma região específica. Assim convivem numa mesma região bairros de classes diferentes, muitos fazendo fronteiras. E também classes diferentes num mesmo bairro. Isto acontece principalmente em

¹⁰ www.cps.ufjf.br/anuarios/Anuario2012/index.html. Acesso em 15 de março de 2013.

¹¹ <http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/home.php>. Acesso em 25 de junho de 2013.

¹² <http://pjf.mg.gov.br/cidade/index.php>. Acesso em 6 de outubro de 2013.

¹³ São 244.024 homens e 272.223 mulheres.

bairros muito antigos, que nasceram no início da povoação do município e em bairros de forte imigração alemã e italiana, com muitas famílias tradicionais que não perderam contato com suas regiões e acabaram construindo patrimônios preservados por várias gerações.

Em muitas zonas administrativas os contrastes são grandes, com bairros muito pobres ou muito ricos, praticamente vizinhos, como nas zonas oeste (região de São Pedro e Cidade Alta) e norte (região de Benfica), devido à expansão territorial do município em direção a estas regiões, com novos loteamentos e granjas de vários padrões, agregados a uma população já existente nestas regiões.

Outro aspecto que vem alterando esta composição dos bairros é a construção dos condomínios e loteamentos do Programa Minha Casa Minha Vida¹⁴, em várias regiões, ocupando grandes áreas ainda disponíveis. Segundo o Núcleo de Pesquisa Geografia, Espaço e Ação, do curso de Geografia da Universidade Federal de Juiz de Fora, que mantém um Banco de Programas Habitacionais¹⁵ já foram implantados na cidade nove condomínios, com 5.195 unidades entre casas e apartamentos, sendo 5 (cinco) deles na zona norte, 2 (dois) na zona sul e 2 (dois) na zona oeste.

As 81 regiões administrativas são identificadas por um grupo de bairros principais e vários outros periféricos, além de loteamentos e condomínios, reunindo cerca de 240 localidades ou bairros. A região administrativa centro não se limita ao que comumente chamamos de centro econômico da cidade, mas de um conjunto de vários bairros vizinhos geograficamente no centro da área urbana, que fazem fronteira com outras regiões geográficas mais distantes como as zonas norte, sul, oeste, noroeste e leste.

Se considerarmos os conceitos do IBGE¹⁶ e da ONU, Juiz de Fora tem 15 áreas de favelas. Para o IBGE favelas são aglomerados subnormais, conjunto de domicílios com o mínimo de 51 unidades, de ocupação desordenada e densa, em terreno de

¹⁴ <http://www.brasil.gov.br/infraestrutura/2014/04/entenda-como-funciona-o-minha-casa-minha-vida>. Programa criado pelo governo federal em 2009 de subsídio a famílias com renda de até R\$1.600,00 e financiamento com renda de até R\$5.000,00. Foram investidos R\$ 183,5 bilhões e entregues 1.297.746 unidades habitacionais. Acesso em 24 de outubro de 2014.

¹⁵ <http://www.ufjf.br/nugea/banco-das-comunidades-quilombolas/dinamicas-urbana-e-regional-em-cidades-me-edias/comunidade-sao-pedro-de-cima/banco-de-programas-habitacionais-em-juiz-de-fora/>. Acesso em 15 de agosto de 2015.

¹⁶ Censo Demográfico 2010.

propriedade alheia público ou particular e que não possui acesso a serviços públicos essenciais. Para a ONU favela é uma área de acesso inadequado ao saneamento básico, baixa qualidade das residências, alta densidade e insegurança quanto ao status da propriedade. O IBGE engloba no conceito de aglomerado subnormal além da favela, grotas, invasão, baixadas, comunidades, vilas, mocambos, palafitas. Em todo o país são 15868 áreas deste tipo, a maioria delas na região sudeste (8.804), envolvendo uma população de 11.425.644 habitantes. São Paulo é o estado com o maior número de áreas subnormais (4132) ¹⁷.



ILUSTRAÇÃO 1 DIVISÃO ADMINISTRATIVA DE JUIZ DE FORA

Fonte: <http://www.pjf.mg.gov.br/cidade/mapas/mapas.phpora>

O município é polo na região, constitui a maior das sete microrregiões¹⁸ da Zona da Mata, reunindo 33 municípios próximos e concentra grande número de serviços atendendo vários municípios vizinhos. Somente de fronteiras são 14 cidades¹⁹, que buscam atendimento médico, comércio e educação, além de outras cidades que não são confinantes, mas se localizam muito próximas. Somente na mesorregião são 143

¹⁷<http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/imprensa/ppts/00000006960012162011001721999177.pdf>. Acesso em 23 de novembro de 2015.

¹⁸ As outras microrregiões são Ponte Nova, Manhuaçu, Viçosa, Muriaé, Ubá e Cataguases.

¹⁹ Ewbanck da Câmara, Piau, Coronel Pacheco, Chácara, Bicas, Pequei, Santana do Deserto, Matias Barbosa, Belmiro Braga, Santa Bárbara do Monte Verde, Santos Dumont, Lima Duarte, Bias Fortes, Pedro Teixeira.

municípios. Esta população flutuante desenvolve algum tipo de atividade na cidade de maneira sistemática (trabalho, serviço ou educação), retornam ao final de todos os dias ou nos finais de semana para suas cidades de origem, ou utilizam de forma esporádica os serviços de comércio e saúde. A cidade atrai moradores destas cidades vizinhas que buscam recursos indisponíveis em suas cidades de origem. Muitos entrevistados possuem origem nos municípios vizinhos e aqui se estabeleceram atraídos principalmente pelas oportunidades de trabalho e educação de nível médio e superior.

Desde o ano de 2003, tramita na Assembleia Legislativa de Minas Gerais projeto do ex-prefeito e ex-deputado Alberto Bejani, que cria a RMZM (Região Metropolitana da Zona da Mata), com sede em Juiz de Fora, incluindo 22 municípios que possuem algum tipo de dependência com esta cidade. Minas tem somente uma região metropolitana em Belo Horizonte. O projeto PLC03/2003 é polêmico e tem dividido políticos, empresários e técnicos. A principal condição para declaração de uma região metropolitana é a conurbação, quando a malha viária urbana se une e se confunde com os municípios vizinhos, o que segundo os técnicos ainda não acontece em Juiz de Fora.

A FIEMG²⁰ (Federação das Indústrias de Minas Gerais) trabalha pela aprovação do projeto, que segundo a entidade pode impulsionar a economia da Zona da Mata. Outro argumento contrário é que o Brasil tem 30 regiões metropolitanas, mas nem todas as regiões se desenvolveram como era esperado depois desta classificação. Também o deputado Antônio Jorge (PPS) apresentou novo projeto em abril de 2015. A região teria uma população de 685.729 e incluiria os municípios²¹ que tivessem no mínimo 15% de sua população trabalhando ou estudando em Juiz de Fora.

²⁰ <http://www.fiemg.com.br/> Acesso em 22 de abril de 2015.

²¹ Santos Dumont, Ewbanck da Câmara, Bias Fortes, Pedro Teixeira, Lima Duarte, Santa Bárbara do Monte Verde, Belmiro Braga, Piau, Coronel Pacheco, Chácara, Matias Barbosa, Simão Pereira, Rio Novo, Goianá, Rochedo de Minas, Bicas, Pequeri, Santana do Deserto, São João Nepomuceno, Maripá e Guarará.

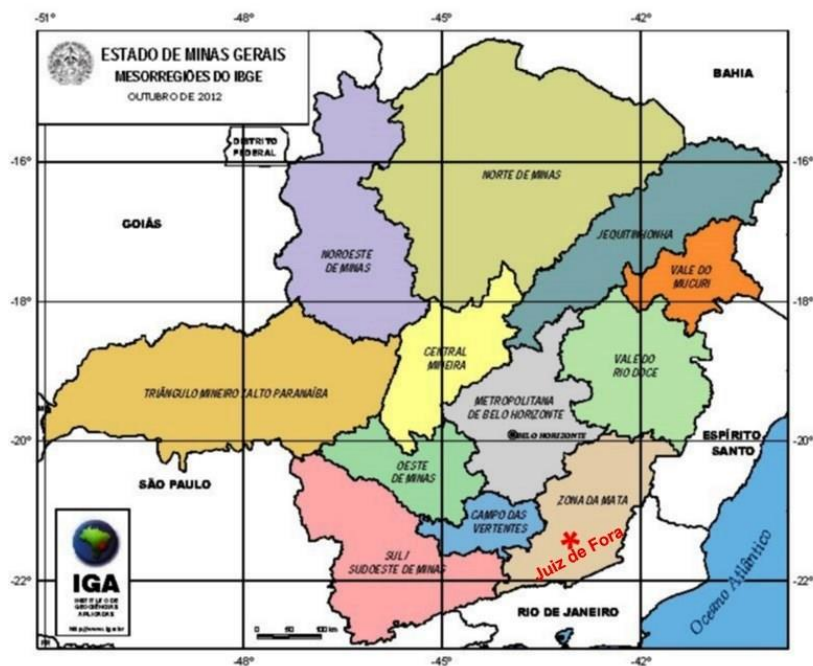


ILUSTRAÇÃO 2 LOCALIZAÇÃO DA MESSORREGIÃO DA ZONA DA MATA

Fonte: <http://www.mg.gov.br/governomg/ecp/contents.do?evento=conteudo&idConteudo=69547&chPlc=69547&termos=s&app=governomg&tax=0&taxp=5922>

As principais atividades econômicas estão centradas nos setores de serviço, indústria e comércio, com maior volume de arrecadação de ICMS (2010), num total de R\$ 894.509.768,79. Deste total, o setor de serviços arrecada R\$ 448.640,961, 99, a indústria R\$282.320.265,40 e o comércio R\$162.951.921,73. O setor de agropecuária contribui com R\$ 595.732,11.

O município tem 4.387 empresas cadastradas no Centro Industrial, com dados de 2011, a maioria concentradas nos setores de construção civil (941), metalurgia (856), vestuário (570), panificação (382), química /farmacêutica (361) e mobiliário (325). Com atuações também nos setores de calçados, alimentação, malha, torrefação, gráfico, meia e fiação e tecelagem. Desenvolve ainda atividade agropecuária (milho, cana, feijão, leite, corte, piscicultura e apicultura).

O PIB a preços correntes de mercado calculado em 2011 é de R\$ 9.351.250.000,00. O PIB por habitante é de R\$. 17.955,17 (IBGE, 2014).²² O PIB no país foi de R\$4.143 trilhões e em Minas Gerais de R\$386,2 bilhões. O custo da cesta

²²<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/temas.php?lang=&codmun=313670&idtema=16&search=|s%E Dntese-das-informa%E7%F5es> Acesso em 25 de junho de 2013.

básica²³ por pessoa no município no mês de junho de 2014, segundo a Secretaria de Agropecuária e Abastecimento da Prefeitura Municipal de Juiz de Fora²⁴ foi de R\$ 259,70, ou 38,99% do salário mínimo, consumindo 12 dias de trabalho no mês. Uma família com quatro pessoas teve um gasto de R\$ 779,10. Em Belo Horizonte, a cesta básica do Dieese (Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos) ficou em R\$ 319,00.

O transporte público tem uma frota de 570 ônibus, segundo dados da Secretaria Municipal de Transportes de 2011, sendo que uma nova licitação para o setor encontra-se em andamento. O IBGE aponta em 2012 uma frota de 207.943 veículos

Com relação aos meios de comunicação Juiz de Fora tem três jornais diários, três sucursais, três emissoras de televisão de rede com programação local, sete rádios FM e cinco AM. No campo da cultura a cidade tem tradição nas artes plásticas com várias galerias e escolas de pintura, assim como no campo da música e do teatro, com destaque para o Centro Cultural Pro-Música, a Sociedade Filarmônica, a Sociedade de Belas Artes Antônio Parreiras, o Grupo Divulgação, o Teatro Central e o Centro Cultural Bernardo Mascarenhas. São 11 arquivos históricos e geográficos e vários Museus, como o Mariano Procópio, Murilo Mendes (o maior acervo de arte moderna de Minas Gerais), Crédito Real, Ferroviário, Cultura Popular, História Natural, Malacologia e Etimologia Indígena. O município tem ainda 173 imóveis tombados pelo patrimônio histórico municipal, estadual ou federal.

A população alfabetizada alcança 90,30%, ou 466.190 habitantes. De acordo com o Censo do IBGE de 2010 não sabem ler e escrever, com 15 anos ou mais, 3,3% da população, ou 13.660 pessoas. No país este índice é de 91%.

O ensino superior conta com 13 instituições privadas e uma universidade federal. O município oferece 42 cursos de pós-graduação *lato sensu* e dois cursos de *stricto sensu* na rede privada. Na Universidade Federal de Juiz de Fora são 32 cursos *stricto sensu* (23 mestrados e nove doutorados), 55 *lato sensu* e 35 cursos de graduação (UFJF, 2014), num total de 18.868 alunos.

²³ Carne, leite, feijão, arroz, farinha trigo, pão de sal, café, açúcar, banana, tomate, manteiga, batata e óleo de soja.

²⁴ <http://www.pjf.mg.gov.br/noticias/view.php?modo=link2&idnoticia2=45305>. Acesso em 5 de dezembro de 2015.

Os 516.247 habitantes (Censo 2010) estão distribuídos em 170.535 domicílios, sendo que 92,2% deles possuem saneamento básico adequado, 7,3% semi-adequado e 0,5% inadequado. Os domicílios urbanos somam 98,5% e os rurais, somente 1,1%. A incidência de pobreza (2003) é de 12,86% e o GINI é de 0,41, próximo ao índice da capital Belo Horizonte, que é de 0,42. O IDH²⁵ geral é de 0,778, acima do IDH do país que é de 0,744, ocupando a 147ª posição entre os municípios brasileiros. O IDH de renda é de 0,784, de longevidade, 0,844 e de educação 0,711.

Do total de 516.247 habitantes, 117.493 possui ocupação com rendimento mensal médio per capita por domicílio de R\$ 630,00 na zona urbana e R\$ 350,00 na zona rural. O rendimento mensal médio por domicílio é de R\$ 3.212,06 na zona urbana e R\$ 1.314,82 na zona rural, o que caracteriza uma população predominante de classe C, conforme estudo do CPS/FGV (Centro de Pesquisas Sociais da Fundação Getúlio Vargas) de 2012, que calcula nesta classe uma faixa de renda domiciliar de R\$ 1.734 a R\$ 7.475. O salário médio mensal da população ocupada é de 2,4 salários mínimos e incluindo outras remunerações a renda chega a R\$ 2.792,81.

Do total de 170.535 domicílios, na maioria deles ou 48.449 a renda per capita está entre de 1 a 2 salários mínimos e 3.949 não possuem nenhuma renda fixa. Somente em 16.965 domicílios a renda é superior a cinco salários mínimos e em 4.687 lares a renda é de um quarto do mínimo, segundo o Anuário Estatístico da UFJF (2012).

Segundo o IPC Maps Editora²⁶ Juiz de Fora é a 37ª cidade do país em potencial de consumo e a quarta no estado de Minas, ficando abaixo de Belo Horizonte, Uberlândia e Contagem. O município perdeu a terceira posição para Contagem em 2015. A previsão de consumo na cidade para 2015 é de atingir R\$ 13,2 bilhões, contra R\$ 10,6 bilhões alcançados em 2014. O IPC (Índice de Potencial de Consumo) do município é de 0,32665 e deve chegar a 0,35382. Isto significa que em cada R\$ 100,00 reais gastos no país, 32 centavos saem de Juiz de Fora. Minas Gerais é o segundo maior

²⁵ Índice de Desenvolvimento Humano varia de 0 a 1, quanto mais próximo de um mais elevado é o índice. A cidade brasileira com maior índice é São Caetano do Sul, São Paulo, com 0,862. A escala é muito alto (0,800 a 1,000), alto (0,700 a 0,799), médio (0,600 a 0,699), baixo (0,500 a 0,599) e muito baixo (0,000 a 0,499). Calculado pelo IPEA e PNUD (Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento), com base nos censos de 1991, 2000 e 2010.

²⁶ Instituto de pesquisa especializado em consumo publica anualmente desde 1997 estudo sobre o consumo no país e nas 50 maiores cidades brasileiras, incluindo Juiz de Fora. www.ipcbr.com.

estado consumidor, depois de São Paulo, com previsão de R\$ 380,76 bilhões, de um total nacional de R\$ 3,7 trilhões, em 2015.

O estudo IPC Maps leva em consideração que 50,5% dos domicílios de Juiz de Fora são da classe C, mas o maior potencial de consumo local está concentrado na classe B, com 42,4%, seguido da classe C, com 35,9%. O número de domicílios da classe C em Juiz de Fora é pouco maior que o índice nacional adotado pelo IPC, que é de 47,9%. O maior gasto do consumidor local é com a manutenção do lar (aluguel, água, luz, impostos), que chega a 26%, seguido de outras despesas (20%), alimentação no domicílio (10,8%), saúde (5,9%), manutenção de veículo (4,67%) e alimentação fora de casa (4,4%).

Quanto à religião, a população é de maioria católica com 332.354 pessoas, evangélica 112.107 e espírita 27.370. A maioria da população está concentrada na faixa etária de 40 a 59 anos, com 26,9%, seguida da faixa etária de 25 a 39 anos, com 23,4%.

Do total de domicílios de 170.535, a maioria deles é próprio, com 117.868 nesta condição e 40.239 alugados, o que demonstra que a maioria da população já alcançou a moradia própria independente das condições de saneamento e físicas do imóvel. Este número não garante condições de conforto e bem estar. A maioria das residências tem entre dois (24,95%) e três moradores (25,77%).

A maioria das residências é constituída por unidades domésticas nucleares formadas por casal com filhos, representando 57%, ou 111.344 lares. As demais composições são de casais sem filho (21,1%), homens com filhos (2,5%) e mulher com filhos (19,4%). Na maioria dos lares, ou 67,6% a unidade domiciliar tem somente um único responsável. Possuem um morador 15% das casas, dois (24%), três (25%), quatro (19%), cinco (8%), seis (3%), sete (1%) oito ou mais (1%), de acordo com o censo do IBGE (2010)

O IVS (Índice de Vulnerabilidade Social) do município teve uma queda de 25% no período de 2000 a 2010, segundo o Atlas da Vulnerabilidade Social dos Municípios Brasileiros do IPEA (2015), o que levou a cidade a sair da classificação de média para baixa vulnerabilidade. Este índice era de 0,32 em 2000, passando para 0,248, em 2010. Número muito semelhante ao índice nacional que teve uma redução de 27%, passando de 0,446, para 0,326. Em Minas Gerais a queda foi de 30%.

O IVS leva em consideração três dimensões: infraestrutura urbana, capital humano e renda e trabalho. Juiz de Fora apresentou queda nos três níveis de 1,65%, 27% e 35%, respectivamente. No capital humano o destaque é para a mortalidade infantil que caiu de 22,86 em mil nascimentos para 15,42 e no analfabetismo da população com 15 anos ou mais que reduziu de 4,71% para 3,25%.

No nível de renda e trabalho, o desemprego dos maiores de 18 anos, caiu de 13,47% para 7,45%. O número de carteira assinada cresceu quatro vezes, passando de 12,69% para 55,13%. O trabalho informal duplicou saindo de 2,56% para 6,45%. Já a renda per capita teve uma evolução de R\$ 828,88 para R\$1.050,88.

A cidade de Juiz de Fora tem origem no povoado Vila de Santo Antônio de Paraibuna, criado às margens do Caminho Novo, estrada aberta pela Coroa para facilitar o envio do ouro das minas gerais até o Rio de Janeiro, a partir de 1703, por Fernando Henrique Halfeld. A Avenida Rio Branco, principal da cidade, faz parte do traçado original do Caminho Novo. A região antes era de mata fechada ocupada pelos índios coroados e puris. Com o Caminho Novo vários vilarejos foram se formando em torno dos pontos de cobrança de impostos e fiscalização do ouro e distribuição das sesmarias.

A partir de 1850, outra estrada desta vez, a União e Indústria impulsionou o crescimento da região, construída por Mariano Procópio Ferreira Lage, que mais tarde também seria encarregado pela Coroa de instalar a linha férrea na região em troca da exploração dos serviços por um período de 30 anos. A estrada União e Indústria, atual BR 040²⁷ serviu para encurtar a distância até o Rio de Janeiro, no transporte do café. Em 1853 a vila foi elevada a município e em 1865 recebeu o nome de Juiz de Fora, uma alusão à prática de se chamar um juiz de outra região para atender os locais onde não existiam serviços de justiça. Mariano Procópio se estabeleceu na cidade e construiu uma chácara onde recebeu a Família Real, hoje Museu Mariano Procópio, o segundo maior museu imperial do país, após o Museu Imperial de Petrópolis, tombado pelo Iphan.

Mariano Procópio também trouxe os imigrantes alemães para trabalhar na construção da estrada. Em 1857, 1162 imigrantes chegaram à cidade, representando 20% da população local, formando três colônias nos bairros São Pedro, Borboleta e Fábrica. Até hoje estes bairros possuem descendentes e características arquitetônicas e

²⁷ A maior parte da estrada original foi desviada ou ampliada, mas ainda existem pequenos trechos que atravessam pequenas cidades de Minas Gerais e Rio de Janeiro.

culturais, como festas típicas, grupos folclóricos e gastronomia. O café também prosperou na região com o trabalho escravo. Em 1855 existiam 4 (quatro) mil escravos e 2.400 homens livres na cidade. Em 1872 existiam 18 mil escravos e 11 mil homens livres. A queda do cultivo do café atingiu a cidade que já se industrializava e pode resistir à crise.

A partir destas informações sobre as condições de produção e critérios desta pesquisa e do contexto da cidade de Juiz de Fora é possível construir o cenário onde o grupo pesquisado está inserindo e como foi abordado. Para completar este contexto e estabelecer meios para comparações, proximidades e distanciamentos é necessário acrescentar os dados nacionais sobre a classe média e sua representatividade na sociedade brasileira, assim como a base conceitual que deu origem ao termo nova classe média, que serão desenvolvidos nos capítulos seguintes.

2 NOVA CLASSE MÉDIA E SUAS SIGNIFICAÇÕES

A primeira grande dificuldade desta pesquisa é definir a classe média. E a segunda grande dificuldade é definir a nova classe média. Não se trata de uma simples nomenclatura, mas de estabelecer o ponto de partida do estudo. Identificar quem é classe média, para depois saber quem é nova classe média.

Diferente das definições de pobreza e de extrema pobreza que são bastante consolidadas, a nova classe média brasileira é um aspecto novo que vem sendo construído ao longo da última década. Existe certo modismo sobre o tema debatido em vários aspectos da cultura de massa – imprensa, teledramaturgia, cinema - e também no campo das ciências sociais e do poder público. Outro debate seria também a delimitação desta nova classe média, considerando o critério de fluxo, isto é somente os que ascenderam, ou o critério de estoque, uma classe média transformada pelos que chegaram e se uniram aos antigos membros.

O tema nova classe média é recorrente na sociologia e argumenta-se que o próprio nascimento da sociologia pode ser associado ao crescimento hegemônico desta classe, em sua tentativa de valorizar o conhecimento intelectual, o capital cultural e simbólico, em oposição ao capital econômico, como afirma Featherstone (1995). Várias terminologias têm sido usadas para determinar esta mudança em diferentes momentos da sociedade, como “nova pequena burguesia” e “novos intermediários culturais” de Bourdieu (1983) e ainda “classe do saber”, “nova classe”, “classe de serviços” e “white collar”, os “colarinhos brancos” de Wright Mills (1969), que identificou o surgimento de uma nova classe média na sociedade americana, na segunda metade do século XX.

Wright Mills (1969) empregou o termo nova classe média ou “White collar” se referindo a uma nova camada intermediária entre o proletariado e a burguesia, que se expandiu a partir da fase monopolista do capitalismo nos Estados Unidos da América, na segunda metade do século XX, em oposição à classe média tradicional formada por uma grande camada de pequenos empresários (agricultores independentes e pequenos negócios) e profissionais liberais minoritários. O grande crescimento numérico destes trabalhadores não manuais derrubou a previsão do século XIX de que a sociedade se

dividiria entre empresários e assalariados manuais, alterando as rotinas da sociedade no século XX.

São os assalariados não manuais, aqueles “cujas habilidades envolvem cuidar de papéis, dinheiro e pessoas”. Diferente dos operários, “vivem da máquina social que organiza coordena as pessoas que fazem as coisas [...] Ele é sempre o homem de alguém, da corporação, do governo, do exército, e ele é visto como o homem que não cresce”.

Os colarinhos brancos ajudam a transformar o produto do trabalho de alguém em lucros para outro; alguns deles estão mais próximos dos meios de produção, supervisionam o trabalho real de fabricação e fazem o registro do que é produzido. São as pessoas que tomam nota, manejam a papelada necessária à distribuição da produção. Fornecem serviços técnicos e pessoais e ensinam aos outros as qualificações que eles próprios exercem (WRIGHT MILLS, p.86,1969).

A nova classe média de Wright Mills (1969) surge da reconfiguração de setores da economia e da transformação do capitalismo, principalmente nos setores de serviços, com funções burocráticas e administrativas. É a época do crescimento das grandes organizações burocráticas, do estado, da modernização da economia e do surgimento do setor de serviços e do ingresso dos profissionais autônomos – médicos, engenheiros, advogados- nas grandes organizações e da criação de cargos intermediários dentro de grandes hierarquias. Com isto faz a distinção entre o capitalista que vive das propriedades e os empregados na máquina social.

O universo dos colarinhos brancos é formado pela hierarquia de cargos (vendedores, chefes, supervisores, secretárias, contramestres, balconistas), pela burocracia e pelos novos ambientes de trabalho como os escritórios, grandes arquivos e magazines. Este universo exige dos novos membros habilidade para lidar com pessoas em oposição à habilidade anterior de lidar com as coisas.

Wright Mills (1969) refere-se a estes novos membros como indefesos, politicamente impotentes como grupo, sem voz política, sem cultura própria, alimentados pela sociedade de massa. “O homem do colarinho branco é o herói-vítima, a criatura

modesta que sofre a ação, mas não age, que trabalha despercebida num escritório ou numa loja, que jamais levanta a voz, jamais retruca, jamais toma uma posição” (p.14) Encaram o trabalho somente como ganha-pão, buscam o sucesso e prestígio individual, possuem nível de instrução secundário, pouca adesão aos sindicatos e se caracterizam ainda pela indiferença política.

A semelhança entre os colarinhos brancos de Wright Mills (1969) com a nova classe média brasileira está na marcação de uma nova estrutura social a partir da ascensão de trabalhadores pobres a um nível de renda melhor e novas posições no mercado de trabalho, motivada pela transformação do capitalismo e da economia.

Existe também outra discussão em torno dos *Yuppies*, jovens profissionais urbanos, um segmento de elite da geração *baby boom* nos Estados Unidos, nascidos entre 1946 e 1965, num momento pós-guerra. Estes indivíduos tiveram uma infância e adolescência de relativa prosperidade, com melhor nível de escolaridade e ingressaram no mercado de trabalho muito competitivo. Estes *yuppies* formaram um conjunto de gostos e esquemas classificatórios que influenciaram a sociedade, na medida em que ocuparam, na meia idade, posições de poder (FEATHERSTONE, 1995).

Todos estes conceitos, desenvolvidos em suas épocas distintas, guardam uma aproximação com as discussões atuais na sociedade brasileira, sobre a nova classe média, uma vez que refletem momentos de mudança social, política e econômica e ascensão de uma classe, aliada ao aumento de seu poder de influir na estrutura social e gerar interpretações e significações em seu meio. O conceito de classe média é então definido em relação ao momento histórico e sua importância na sociedade. As classes médias também sofrem com a conotação negativa no contexto social e muitas vezes na história foram julgadas e condenadas pelas crises e dificuldades.

A definição de uma classe social não se dá somente pelo seu capital econômico, como preconiza a teoria weberiana, onde as classes se identificam em uma escala de estratificação cuja medida é a renda e nem somente pela teoria marxista, onde as classes são determinadas pela sua posição nas relações sociais de produção. Mas também pelas relações simbólicas que se estabelece. A renda não é um indicador adequado e muito menos perfeito, já que não consegue expressar o jogo social e as relações de produção foram profundamente alteradas no capitalismo atual.

Uma classe social nunca é definida somente por sua situação e por sua posição numa estrutura social, isto é, pelas relações que elas mantêm objetivamente com as outras classes sociais; ela deve também muitas de suas propriedades ao fato de que os indivíduos que a compõem entram deliberadamente ou objetivamente em relações simbólicas que, expressando as diferenças de situação e de posição segundo uma lógica sistemática, tendem a transmutá-las em distinções significantes (BOURDIEU, 1974, p 63-64).

Assim, uma tentativa de definição de classe social deve levar em consideração uma enorme gama de variáveis que incluem renda, capacidade de consumo, escolaridade, estilo de vida, posição no mercado de trabalho, rotinas de vida, uso simbólico dos bens, além de outros fatores qualitativos que possam influenciar a trajetória destes indivíduos.

2.1 OS CRITÉRIOS PARA DEFINIÇÃO DE UMA CLASSE MÉDIA BRASILEIRA

Uma definição de classe média passa pela adoção de critérios para dividir a sociedade em camadas sociais, mas todos os critérios partem da arbitrariedade ao estabelecer faixas e níveis. Uma aproximação da realidade pode ser buscada a partir do cruzamento de vários critérios que se complementam de alguma forma. Nenhum dos critérios adotados atualmente é suficiente para sozinho estabelecer as classes sociais. As combinações destes critérios podem gerar dados estatísticos importantes e necessários para a análise, que aliados à pesquisa qualitativa produzem um resultado satisfatório.

As pesquisas adotam cerca de 9 critérios para definir a classe média (SAE/PR, 2012). São eles os critérios de renda, quartil, mediana, polarização, ponto neutro e linha de pobreza, consumo de calorias, padrão de despesas, inserção no mercado e vulnerabilidade.

O critério de renda não é um indicador perfeito e possui limitações. Adota-se a renda familiar e renda *per capita*, mas as necessidades das famílias e individuais são diferentes. Uma mesma renda tem efeitos diferentes em famílias numerosas ou

pequenas. O mesmo acontece com famílias que possuem crianças e adolescentes estudando ou números diferentes de pessoas com renda no mercado de trabalho. Outra dificuldade é estabelecer se a renda é líquida, bruta, descontada dos impostos, incluindo programas de transferência de renda ou somente renda do trabalho. Este critério funciona bem quando aliado a outras variáveis. No Brasil utiliza-se a renda bruta do trabalho. Nos países vizinhos da América Latina se utiliza a renda líquida.

O critério de quartil divide a sociedade em três camadas, sendo que o 1º e 3º quartil somam 50% da população, assim, a classe intermediária será sempre de 50% da população. As melhorias são medidas em termos de aumento da renda e bem estar do quartil e não em aumento de indivíduos de cada faixa.

O critério de mediana estabelece que a classe média seja aquela em torno da mediana, que tem renda familiar entre metade da mediana e 1,5 vezes a mediana, ou seja, 2 vezes a renda mediana.

O critério de polarização divide a população em grupos mais próximos, estabelecendo classes baixa, média e alta. Dentro de cada grupo é possível subdivisões e outras faixas para reduzir a distância entre eles, sempre agrupando por afinidade.

O critério neutro e linha de pobreza estabelece que a classe média comece onde termina a pobreza. Para isto é preciso estabelecer a linha de pobreza. A dificuldade deste critério é dizer onde termina a classe média, ou seja, qual o limite superior de renda, onde começaria a classe alta.

O critério de consumo de calorias mede as classes pelo consumo de calorias da alimentação das famílias, analisando as compras e hábitos de alimentação. Por este método, pobres seriam os que possuem déficit no consumo de calorias, incapaz de atender a necessidade calórica de 2,1 mil Kcal/dia.

O critério de padrão de despesas analisa o consumo das famílias a partir de uma lista de produtos básicos e supérfluos. Quanto mais básicos, mais pobres e quanto mais supérfluos, mais rico. O problema deste método é definir os bens básicos e supérfluos para a diversidade de famílias, indivíduos e suas necessidades, a partir de idades, formas de inserção no mercado e preferências pessoais.

O critério de inserção no mercado estabelece três níveis: baixa, média, alta. O nível baixo se refere às famílias que se utilizam dos programas de transferência de renda; o nível médio, cuja renda vem do trabalho e o nível alto, setores que obtêm renda de ativos físicos e financeiros. Este critério também simplifica a estrutura social e não levam em consideração os diferentes valores recebidos e nem a conjugação de várias rendas nas faixas baixa e média.

O critério da vulnerabilidade avalia a possibilidade de ser pobre em períodos diferentes (próximos 5 anos ou 1 ano) e o grau de vulnerabilidade: alta, média ou baixa. O grau de vulnerabilidade é medido a partir da linha da pobreza, estabelecido pelo programa Brasil Sem Miséria, que era de renda *per capita* mensal de R\$ 140,00, em 2009, atualizado para R\$ 154,00, em junho de 2014.

A Comissão da Definição de Classe Média no Brasil²⁸, da Secretaria de Assuntos Estratégicos, da Presidência da República²⁹, instituída pela Portaria Ministerial 61 de 27 de setembro de 2011, propõe que o governo federal deve adotar uma conjugação dos critérios de vulnerabilidade e polarização, para nortear as ações do poder público. Assim, deve-se avaliar o grau de vulnerabilidade nos próximos cinco anos e dividir a sociedade brasileira em três classes (alta, média e baixa) e 3 ou 2 grupos em cada uma delas.

Para a SAE/PR (2014) a classe média está compreendida entre as famílias que possuem renda mensal de R\$ 2.005,00 a R\$ 8.640,00. A classe média cresceu 16% no período de 2001 a 2012, sendo que o maior crescimento ocorreu no período de 2003 a 2009, com 11%. Em 2001, a classe média representava 38% da população; em 2003, 37%, em 2009, 48% e em 2012, 54%.

²⁸ Comissão instituída pela SAE/PR em 27/10/2011 para definir o conceito de classe média a ser adotado para orientação dos programas do governo federal. Trabalho de novembro de 2011 a abril de 2012, quando apresentou seu relatório.

²⁹ A Secretaria de Assuntos Estratégicos foi criada em 2007 e extinta em 02 de outubro de 2015, na reforma ministerial e administrativa, visando a redução de gastos do governo federal.

TABELA 1 RENDA FAMILIAR R\$

Classe	Renda mínima	Renda máxima
A	11.262	—
B	8.641	11.261
C	2005	8.640
D	1255	2004
E	0	1254

Fonte: SAE/PR – abril 2012

2.2 OS CRITÉRIOS DESTA PESQUISA PARA UMA NOVA CLASSE MÉDIA

Portanto, para esta pesquisa, a opção é abordar os novos membros da classe média através do critério de fluxo, e assim chama-los de “nova classe média”, isto é, os membros que ascenderam, por entender que este é um novo fenômeno de mobilidade social que se desenvolveu nos últimos dez anos, incluindo uma grande parcela de brasileiros, cerca de 32 milhões de pessoas, na classe média brasileira. A taxa de permanência na classe C vem crescendo segundo a matriz de destinos do CPS/FGV (2009) atingindo 84,58%, numa demonstração de que a ascensão é estável.

Segundo o CPS/FGV a classe média é formada por cerca de 94 milhões de pessoas e 32 milhões tiveram acesso nos últimos 10 anos. Assim, estes novos membros representam 34% da classe média do país, constituindo o objeto deste estudo, a nova classe média brasileira.

Os últimos dados estatísticos possuem variações quanto ao tamanho desta população e quanto os limites de renda. A SAE/PR (2012) calcula que a classe média representa 54% da população; o CPS/FGV (2009), 53,5%; instituto Datafolha (2013), 58% e o Critério Brasil (2015), 47,5%. Apesar das diferenças, o número é significativo e confirma que a classe média já ultrapassa a metade da população brasileira.

Quanto à renda este estudo toma como base os limites da SAE/PR (2014) de renda de R\$ 2.005,00 a R\$ 8.640,00. Já o CPS/FGV estima uma renda familiar entre R\$ 1.734,00 e R\$ 7.475,00. Mas como este estudo tem como objeto os novos membros de

ascensão recente acreditamos ser a faixa de renda da SAE/PR a mais adequada. Pesquisa do Datafolha (2013) indicou que 66% das famílias brasileiras vivem com renda de até R\$ 2.034,00.

Já as taxas de crescimento são bastante próximas entre a SAE/PR de 16% de 2001 a 2012 e o CPS/FGV de 14,8% entre 2001 a 2008.

Alguns estudos significativos foram tomados como base para esta pesquisa por conterem elementos que ajudam a interpretar este fenômeno. Apesar de terem divergências, possuem em comum a constatação de que houve rápida ascensão social de uma parcela grande da sociedade brasileira e que a estrutura social mudou, abandonando a ideia de pirâmide para assumir um perfil de losango, onde os mais pobres não formam uma base tão extensa como antes.

Estes estudos podem ser agrupados em três campos, que representam uma forma de ver o fenômeno – estado, academia e mercado - e carregam consigo as consequências de sua posição e função no discurso e na estrutura social que ocupam. O primeiro destes campos é ligado a instituições de caráter público e governamental representada pelos estudos dos pesquisadores Marcelo Neri e Marcio Pochmann, do IPEA e da FGV, e da SAE/PR (Secretaria de Estudos Estratégicos) da Presidência da República, desenvolvidos durante os governos do PT.

O IPEA é uma fundação pública federal ligada à Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República. Neri foi presidente no período de 2012 a 2014, sucedendo a Marcio Pochmann, presidente de 2007 a 2012, ambos ligados aos governos petistas. Pochmann também lançou um livro em 2012, após deixar a presidência para Neri. As pesquisas de Neri foram desenvolvidas entre 2008 e 2012, quando ainda não era presidente e atuava como pesquisador e coordenador. A presidência foi ocupada em 2014 por Sergei Suarez Dillon Soares, substituído em abril de 2015, pelo sociólogo Jessé de Souza, crítico da definição econômica das classes sociais e do trabalho do antecessor Marcelo Neri sobre a nova classe média brasileira. Jessé assumiu a presidência com o propósito de desenvolver uma ampla pesquisa “Radiografia do Brasil moderno – onde estamos e para onde podemos ir”, onde pretende discutir a ideia de que o Brasil não é um país de classe média. Jessé passa a integrar a vertente de estado, mas seus estudos anteriores foram desenvolvidos na academia, o que sinaliza um diálogo antes inexistente entre as vertentes.

O segundo campo é representado pelo meio acadêmico, nos trabalhos de pesquisa do sociólogo e professor Jessé Souza, ao desenvolver os conceitos principais de subcidadania, ralé estrutural e batalhadores.

E o terceiro campo representa o mercado, através da definição econômica de classe social do Critério Brasil, adotada pelas empresas de pesquisas e nas relações de consumo. A divisão nestes três campos é uma tentativa e opção metodológica de estudo, mas em muitos momentos, como em todas as estruturas, eles se confundem e trocam informações no sistema, de maneiras e intensidade variáveis. O campo do poder público e governamental é o que faz mais trocas com o campo do mercado.

Estes três campos são distintos, mas não necessariamente se excluem e se complementam em muitos pontos. É possível identificar nestes estudos quatro definições de personagens, atores desta pesquisa, que são os trabalhadores pobres, os batalhadores, os emergentes e os novos consumidores.

Estes estudos estabelecem nomeações e motivações distintas para a chamada nova classe C, ou nova classe média, emergentes (NERI, 2008), ou classe “batalhadora” (SOUZA, 2010) e também questionam a sua real existência como Pochmann (2012), para quem não se trata de uma nova classe e muito menos de uma nova classe média, mas sim do fortalecimento da classe trabalhadora na base da pirâmide social (POCHMANN, 2012). Para Pochmann (2012) seriam os *working poor* (trabalhadores pobres), que estão na faixa de rendimento de um salário mínimo oficial. Também Wright Mills (1969) lançou esta mesma questão perguntando se os *white collar*, “colarinhos brancos” seriam uma nova classe média ou uma nova classe operária, já que sua função no mercado de trabalho foi alterada de manual para não manual, mas permaneceu como assalariado de baixa renda.

Neri (2008) atribui à nova classe C o crescimento do trabalho formal. Já Souza (2010) acredita que o trabalho informal e o empreendedorismo foram as forças destes “batalhadores”. Para Pochmann (2012) não existe uma nova classe média, mas sim o reforço da classe trabalhadora com o aumento de ocupados na base da pirâmide social e uma campanha de descrédito dos serviços públicos e apelo pelo privado, com incentivo aos planos de saúde e escolas particulares, além de uma conseqüente desmobilização política da classe trabalhadora. Isto, entretanto, não significa emprego de qualidade e

protegido, uma vez que 94% dos empregos gerados de 2004 a 2010, por exemplo, estão na faixa próxima de um salário mínimo.

Estas três interpretações variam quando apontam as nomeações, motivações e consequências da chamada nova classe média ou classe C, mas todas reconhecem que existe um fenômeno que se caracteriza pela mudança na faixa média da sociedade brasileira. Mesmo Pochmann (2012) que não acredita em nova classe média, aponta uma mudança na sociedade brasileira, com aumento de renda e maior acesso ao consumo, aliada a uma redução da pobreza. As visões de Neri e Pochmann são bastante influenciadas pela definição de classe econômica, enquanto Souza recusa este critério de renda e aborda o tema sobre o aspecto das disposições individuais destas pessoas. As divergências entre os três estudos ampliam a discussão e ajudam a entender melhor o que está acontecendo com a pirâmide social no país.

A motivação do trabalho autônomo como motor da ascensão apontada por Souza (2010) deve ser relativizada, uma vez que os dados estatísticos apontam para um crescimento do trabalho formal e na geração de empregos, posição defendida por Neri (2008). A carteira assinada teve um crescimento de 13,69% no período de 2002 a 2009. Mas o trabalho autônomo também teve um crescimento, até maior que a carteira, chegando a 18,77%, reforçando a disposição do esforço individual apontado por Souza. Apesar deste aumento, o número de pessoas ocupadas com carteira assinada (43,9%) ainda é muito superior aos autônomos (23,5%). E ainda 64% das carteiras assinadas estão na classe C, mas 55,87% dos autônomos também se situam nesta faixa social.

Assim, podemos concluir que tanto o trabalho autônomo, como o trabalho formal impulsionaram o aumento da renda e a melhoria de vida destas pessoas. Além disto, podemos observar que estes dois tipos de posição no mercado de trabalho podem ser exercidas conjuntamente, com o acúmulo de função. Pode-se ter um emprego formal e ainda desenvolver outra atividade autônoma, chamado de “bico”, inclusive nas horas de descanso e lazer, o que coincide com a disposição e o esforço individual descritos por Souza (2010).

As três posições são bastantes claras ao apontar a redução da pobreza com aumento da renda e maior acesso ao consumo, mas a diferença está no tamanho e na capacidade desta renda e deste consumo. Neri, em seus estudos, vê a classe C com uma capacidade de consumo muito maior, estabelecendo uma faixa de renda domiciliar

muito ampla que vai de R\$ 1.734,00 a R\$ 7.475,00, em valores de 2012, com possibilidade de adquirir bens mais estáveis como casa própria, veículo e plano de saúde. Neri vê a nova classe média com certo glamour e potencializa esta ascensão, dando a ela uma dimensão muito maior em termos de conquista, já que na prática, estas pessoas continuam em dificuldades e ainda longe de boa parte dos bens necessários a uma vida mais igualitária. O acesso ao consumo de alguns novos bens não garante uma distribuição de renda mais justa.

Já Pochmann argumenta que estes trabalhadores continuam pobres e estão na faixa de 1,5 salários mínimos. Souza não estabelece valores, mas deixa claro que são também trabalhadores pobres. É certo que a renda destes indivíduos cresceu, mas também podemos considerar que a dinâmica do capitalismo está em gerar novos mercados e permitir que mais pessoas estejam envolvidas no mundo do consumo.

2.3 O TRABALHO NA BASE DA PIRÂMIDE SOCIAL

O pesquisador e ex-presidente do IPEA, Pochmann (2012) não acredita em nova classe média, mas na transformação da base da pirâmide social que a partir dos anos 2000 passa a ser ocupada pelos trabalhadores de salário base, faixa de renda ampliada pelo trabalho precário dos autônomos, domésticos, terceirizados e temporários.

Diante da combinação da recuperação do valor real do salário mínimo nacional com a ampliação das políticas de transferência sociais, nota-se que a recente expansão das vagas de salário de base tem permitido absorver enormes parcelas dos trabalhadores na base da pirâmide social, o que favorece a redução sensível da taxa de pobreza em todo o país (2012, p.22).

Apesar disto, Pochmann (2012) afirma que esta nova realidade não é capaz de alterar o segmento intermediário da estratificação social, mas que é crescente a polarização entre os dois extremos sociais. De um lado, os trabalhadores na base da

pirâmide social e de outro uma grande parcela de detentores de renda derivada da propriedade (lucro, juros, renda da terra e aluguéis).

Para Pochmann (2012) ocorreu no país uma recuperação da participação do rendimento do trabalho na renda nacional, com conseqüente melhoria na situação geral dos trabalhadores, com crescimento da taxa de ocupação, formalização dos empregos e queda da pobreza absoluta, reduzindo as desigualdades sociais.

Isto pode ser observado através da análise dos três momentos econômicos no país. O primeiro entre os anos 1960 e 1980 que se caracterizaram pelo aumento da renda *per capita*, com crescimento anual médio de 4,4%. Mesmo com esta melhora a participação do rendimento do trabalho na renda nacional caiu 11,7%, enquanto o grau de desigualdade da distribuição pessoal da renda do trabalho aumentou quase 21,9% entre 1960 e 1980, conforme relata Pochmann (2012). O crescimento econômico neste período de regime autoritário não favoreceu as classes populares que continuaram sem acesso aos bens materiais.

O segundo momento da economia se dá de 1981 a 2003. Apesar da redemocratização do país, o período foi de estagnação do rendimento do trabalho, com aumento anual de apenas 0,2%. O desemprego se elevou, o trabalho de baixa remuneração proliferou e o trabalho informal cresceu. O rendimento do trabalho na renda nacional caiu 23% e a desigualdade na distribuição da renda do trabalho permaneceu inalterada.

Mas foi de 2004 a 2010 que ocorreram as grandes mudanças sociais. A renda *per capita* dos brasileiros cresceu a uma média anual de 3,3%, a participação do rendimento do trabalho na renda nacional cresceu 14,8% e o grau de desigualdade na distribuição da renda reduziu 10,7%.

Até a década de 1980 o principal motor das mudanças sociais foi a expansão da indústria. O setor secundário (indústria e construção civil) cresceu, sendo que o setor primário (agropecuária) perdeu importância e o setor terciário (serviço e comércio) se manteve estável. O peso do setor secundário passou de 20,5% do PIB, para 38,6%, um aumento de 88,3%, no período de 1950 a 1980. Já o setor primário foi reduzido de 29,4% para 10,7% do PIB, uma queda de 63,6%. O setor terciário se manteve estável com participação inferior a 51% do PIB.

Já no início do século XXI somente o setor terciário tem registrado aumento com relação à participação no PIB. Entre 1980 e 2008, o setor terciário aumentou seu peso em 30,6%, respondendo por dois terços de toda a produção nacional, enquanto os setores primários e secundários perderam 44,9% e 27,7%, respectivamente.

Com isto, a composição da força de trabalho é alterada. No período industrial o setor primário representava quase 61% da força de trabalho, em 1950, passando agora para menos de um terço dos postos de trabalho. Enquanto isto os setores secundário e terciário aumentaram suas posições pulando de 17% e 22,5%, para 23% e 43%, em 1980.

Desde a década de 1980, somente o setor terciário tem aumentado seu peso na ocupação. Durante a década de 2000 o setor terciário gerou 2,3 vezes mais emprego que o setor secundário. No setor primário, a diminuição dos postos de trabalho no primeiro decênio do século XXI é de nove vezes maiores que o verificado na década de 1970. Portanto, o setor de serviços é hoje o maior empregador do país. E a maior expansão de ocupação aconteceu nos primeiros 10 anos do século, com saldo de 44% ao verificado no período de 1980 e 1990 e 22% superior à década de 1970.

Na sua maioria os postos de trabalho gerados estão na base da pirâmide social, uma vez que 95% das vagas abertas possuem remuneração mensal de até 1,5 salários mínimo, representando cerca de 2 milhões de vagas por ano, para os trabalhadores de salário de base. De 1970 a 2000 havia a tendência de redução desta faixa de até 1,5 salários mínimos, que passou de 77% para 45,8% dos postos de trabalho, enquanto a faixa de mais de 3 salários subiu de 9% para 28,7%. Mas na primeira década de 2000 a faixa mais baixa voltou a crescer chegando a 59% dos postos de trabalho.

Assim, além de rendimento melhor e trabalho formal esta nova estratificação social incorpora outros benefícios como maior escolaridade e posse de moradia e outros bens de consumo.

Portanto, para Pochmann

uma parcela considerável da força de trabalho conseguiu superar a condição de pobreza, transitando para o nível inferior da estrutura ocupacional de baixa remuneração; embora não seja pobre, tampouco pode ser considerada classe média (2012, p.20).

Mas, mesmo com o progresso material alcançado pela expansão econômica, a maior parte dos trabalhadores permanece com salários baixos. Uma condição histórica para Pochmann (2012), uma herança da economia colonial, do trabalho escravo e do capitalismo tardio no país. O ingresso dos trabalhadores imigrantes também favoreceu a mão de obra ociosa, logo no início da formação do mercado livre no país. Mesmo com o trabalho livre, o Brasil ainda manteve atividades de natureza servil como criadagem, capangas e empregados domésticos. Estes só recentemente reconhecidos como trabalhadores através de uma emenda constitucional estendendo os direitos em vigor há 70 anos para as demais categorias.

Durante o período de industrialização do país (1930 a 1980) apesar do avanço do trabalhador assalariado, o mercado não conseguiu absorver a grande demanda por emprego, inclusive vinda das zonas rurais, dando origem a uma forte corrente do trabalho informal, ocupações por conta própria, pequenos negócios autônomos. Com o crescimento do desemprego e ocupações precárias, a concentração de renda e riqueza se ampliou, favorecendo o trabalho barato de prestação de serviços às famílias. Não somente o doméstico, mas também de motoristas, pilotos, estética, *personal trainer*, *personal stylist* e de administração da própria riqueza.

A década de 2000 apresentou uma alteração importante no padrão de trabalho no país, com relação à ocupação e ao salário. Foram criados 21 milhões de postos de trabalho na primeira década, sendo que 94,6% com rendimento de até 1,5 salários mínimo. Na faixa de cinco salários mínimos mensais a queda foi de 4,3 milhões de postos de trabalho. Isto significa que os trabalhadores de baixa renda passaram a constituir a base da pirâmide social brasileira.

Estes trabalhadores de salário de base representam a metade de todas as ocupações no Brasil. E destes 75% são assalariados e dois de cada três possuem carteira assinada.

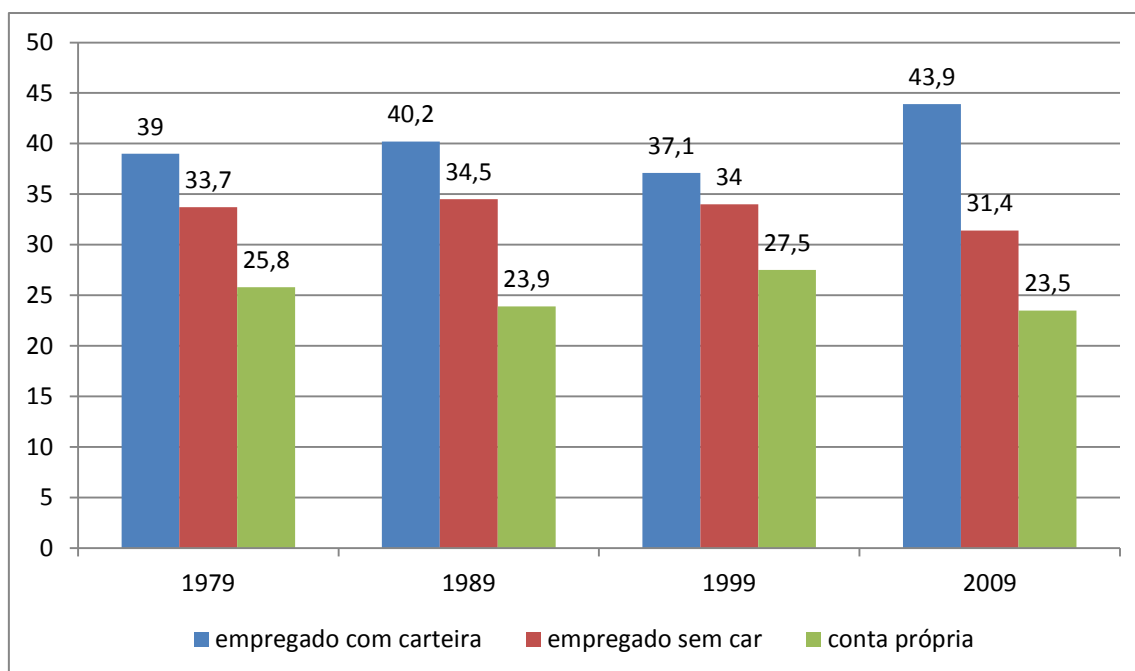


ILUSTRAÇÃO 3 EVOLUÇÃO DAS OCUPAÇÕES DE TRABALHADORES DE SALÁRIO BASE (%)

Fonte: IBGE/PNAD/POCHMANN (2012) - elaboração própria

Este contingente de trabalhadores para Pochmann (2012) não pode ser associado ao conceito de classe média, mas se aproxima mais do entendimento internacional de *working poor* (trabalhadores pobres), que estão na faixa de rendimento de um salário mínimo oficial. Os trabalhadores se transformaram em importante fator na mudança da estrutura social, com elevação de salário, capaz de alterar a mobilidade social e promover a inclusão no mundo dos bens e do consumo antes inacessíveis.

Na faixa de salário de até 1,5 mínimos as ocupações com maior expansão na década de 2000 foram as de serviços (6,1 milhões de postos de trabalho, ou 31% das ocupações), comércio (2,1 milhões), construção civil (2 milhões), escriturários (1,6 milhão), indústria têxtil e de vestuário (1,3 milhão) e atendimento ao público (1,3 milhão). Estas profissões correspondem a 72,4% de todas as ocupações nesta faixa de salário. Destaque para a contratação de mulheres que correspondeu a 60% do total.

Apesar de representarem 45% dos ocupados, os trabalhadores de baixa renda ainda permanecem excluídos de proteção social e trabalhista. Somente a carteira de trabalho assinada não garante um trabalho digno, com remuneração e condições

compatíveis com a ocupação e assistência social, além dos serviços de saúde, educação e lazer de qualidade.

Também a taxa de sindicalização permanece baixa, atingindo um terço dos trabalhadores com carteira assinada, mas caindo para 13% considerando todos os trabalhadores. A taxa de sindicalização dos que possuem carteira assinada caiu de 32,9% em 1990, para 29,7% em 2000. Em alguns setores a queda foi ainda maior como os trabalhadores em energia, de 36,7% para 10,3%. Esta queda acentuada também pode ser explicada pelo esvaziamento de trabalhadores do setor público, com a terceirização dos serviços, enfraquecendo assim as filiações a sindicatos. O mesmo ocorreu nos setores de papel e papelão, joalheiros e vidreiros e trabalhadores de nível médio. Alguns setores tiveram alta na sindicalização como alimentos, siderúrgica, material de construção e exploração agrícola.

Na década de 2000, quase 95% das vagas abertas foram ocupadas por trabalhadores com escolaridade igual ao ensino médio, contra 68,3%, nos anos 1990, demonstrando uma clara tendência de melhoria na escolaridade dos trabalhadores. Em 2009, 43% dos ocupados possuíam mais de 9 anos de escolaridade, em comparação com apenas 9% em 1979, 15,1% e, 1989 e 23,2% em 1999.

Pochmann (2012) destaca ainda a participação de alguns grupos de trabalho que contribuem para a base da pirâmide, com predominância da faixa salarial de até 1,5 salários mínimos. Estes grupos são dos trabalhadores domésticos (23 milhões), autônomos (22 milhões), do setor primário, terceirizados e temporários, que possuem como característica a precariedade do trabalho, com baixa remuneração e proteção trabalhista.

No caso do trabalhador doméstico o setor ainda guarda traços históricos do trabalho escravo e serviçal, sendo que somente 27,9% possuem carteira assinada e 32,9% recebem de 1 a 1,5 salários mínimos.

As maiores transformações no setor trabalhista, entretanto, ocorreram com a introdução do trabalho terceirizado e temporário, além do crescimento do trabalho autônomo, este representa um quarto de todos os postos de trabalho. Já o trabalho terceirizado cresceu 13% de 1996 a 2010, assumindo no Brasil utilidade diferente dos outros países onde este tipo de trabalho foi adotado para melhorar a produtividade e

qualidade. No Brasil, o trabalho terceirizado tem como objetivo a redução de custos. O trabalho temporário, com contratos de até 3 meses, atinge 4,3 milhões de pessoas, sendo que 47% deles estão nas micro e pequenas empresas.

2.4 OS BATALHADORES BRASILEIROS

O sociólogo e professor Souza (2006), atual presidente do IPEA, critica a divisão de classes por renda. Para ele não é a renda que define uma classe. As classes sociais se produzem e se reproduzem por herança familiar, pela construção afetiva e pré-reflexiva, que faz com que a percepção do mundo seja compartilhada pelos indivíduos sem qualquer ação intencional ou escolha consciente. O senso comum desconhece a ideia de classe social, enquanto lugar de transmissão de conhecimento e valores morais e éticos e adota a visão econômica de classe, como divisão de renda.

Souza (2006) argumenta que predomina na sociedade brasileira a crença de que todos os problemas sociais como desigualdade, marginalização e subcidadania podem ser resolvidos pela via da economia, pelo progresso econômico. O mercado é o campo do bem, da virtude, da geração de empregos, do desenvolvimento, que pressupõe um campo mal, que é o Estado corrupto, perverso, dos privilégios. Assim, o mal é algo externo, o outro, o Estado e a sociedade a vítima.

A pesquisa empírica desenvolvida pelo sociólogo Jessé Souza (2010) dá outra visão desta nova classe média, chamada por ele de classe de “batalhadores”, pessoas que ascenderam socialmente através de um enorme esforço individual e de um mínimo de estrutura familiar. Para ele, esta nova classe chamada de nova classe média faz pensar que o Brasil está se desenvolvendo e se transformando em uma nova Alemanha. Esta ideia é falsa, fruto da ideologia e da violência simbólica. São meias verdades. Por um lado revelam uma mudança real, mas mentira porque são interpretadas de forma distorcida.

Sua função não é esclarecer o que acontece, mas reforçar o domínio do novo tipo de capitalismo que tomou o Brasil e o corpo e a alma de toda a população. Interpretar o mundo como rosa e dizer que ele é o melhor- e na verdade o único- dos mundos possíveis e ridicularizar qualquer crítica. Com isso naturaliza-se a sociedade tal como ela se apresenta e se constrói a violência simbólica necessária para a sua reprodução infinita (SOUZA, 2010, p.21).

O neoliberalismo econômico e o marxismo tradicional vinculam o conceito de classes à renda e lugar na produção e, portanto, consideram que os emergentes são uma nova classe média, que alcançou o patamar do consumo. Neste sentido, a desigualdade passa a ser um problema somente econômico que pode ser resolvido pelo aumento de renda. Desconhecem e escondem os fatores não econômicos da desigualdade social, como os fatores emocionais, as condições sociais, morais e culturais (SOUZA, 2010).

As visões liberal e marxista não conseguem enxergar a herança imaterial responsável pela reprodução das classes sociais e dos seus privilégios. Além da herança material os filhos recebem também todo um estilo de vida, um capital cultural próprio da classe. A classe alta para Souza (2010) se reproduz principalmente pelo bem material e um pouco de capital cultural. A classe média se reproduz principalmente pelo afeto, de forma invisível, cotidiana, natural, pré-reflexiva, imperceptível. Este afeto transmite aos filhos uma vantagem enorme na escola, no mercado de trabalho, em toda a vida, em comparação com as classes menos favorecidas. Por afeto se entende o cuidado, a preocupação, a atenção com os filhos e seu futuro. Este afeto, para Souza (2009), responsável pela formação de indivíduos com maior capacidade, não existe na “ralé estrutural”³⁰ ocupada com as questões urgentes da sobrevivência. Para a ralé, não existe o futuro, somente o presente.

Souza (2009) acredita que as famílias transmitem aos filhos uma visão de mundo e conhecimentos que determinam a sua classe e a sua reprodução. As famílias da classe média ensinam a seus filhos através de uma relação de amor, afeto e carinho os valores da autodisciplina, autocontrole, pensamento prospectivo, respeito aos outros. Este ensinamento é transmitido silenciosamente nas famílias. “O aprendizado familiar é afetivo, ele só existe porque existe também a dependência e a identificação emotiva e

³⁰ Termo criado por Souza para identificar a população de excluídos de todas as possibilidades, que estão na linha abaixo da classe pobre trabalhadora.

condicional dos filhos em relação aos pais" (SOUZA, 2009, p. 45). Este meio dota os filhos da condição da autoconfiança, a certeza do próprio valor e de enfrentar as dificuldades e desafios da vida.

A nova e moderna classe social apontada por Souza (2010) – “os batalhadores” - se situa entre a ralé e a classe média, incluída no sistema econômico através do consumo de bens antes inacessíveis, através de um novo capitalismo, onde a forma de produzir e consumir estão sendo alteradas. São ex-membros da ralé que através de esforço pessoal, mínima capacitação profissional e esforço de empreendedorismo conseguem ascender economicamente, ainda que sempre no limite e na luta para não descer novamente à ralé.

Os batalhadores vivem em constante esforço de manutenção da mínima ascensão e riscos. São os pequenos comerciantes, feirantes, pequenos agricultores, autônomos, que trabalham horas a fio, com jornadas muito maiores que os trabalhadores formais de 8 a 14 horas, são os patrões de si mesmos, às vezes com duas ocupações. Muitos se transformam em patrões empreendedores e empregam trabalhadores informais, sem carteira, direitos ou impostos, em atividades de fundo de quintal.

A ascensão pelo trabalho autônomo, entretanto, pode ser relativizada quando se analisa o crescimento do emprego formal no Brasil. Segundo Neri (2008) a volta do trabalho formal com carteira assinada é o aspecto mais significativo desta ascensão à classe C. A geração de empregos bateu recorde histórico de 1,881 milhões de novos empregos, no período de 12 meses, em junho de 2008. Além disto, 64,25% das carteiras de trabalho assinadas no país estão na classe C (CPS/FGV, 2008).

Mas o trabalho autônomo também possui grande participação da classe C, uma vez que 55,87% deste tipo de atividade estão concentradas na classe C. A carteira de trabalho teve um aumento de 13,69% na classe C e o trabalho autônomo 18,77%, no período de 2002 a 2008, segundo dados do Centro de Política Social da Fundação Getúlio Vargas (2008). Assim, podemos concluir que a ascensão se deu pelo conjunto destes dois tipos de atividade: o trabalho formal e o trabalho autônomo, caracterizado pelo empreendedorismo, que teve um crescimento mais expressivo.

Esta nova classe para Souza (2010) é uma consequência da transformação do capitalismo e dos trabalhadores passando do fordismo para o toyotismo e para o novo

capitalismo. O fordismo introduziu jornada de 8 horas e a concepção de salário capaz de levar a classe trabalhadora a consumir, o trabalho disciplinado, hierárquico e repetitivo, que exigia um sistema de controle e vigilância, para manter os trabalhadores dentro deste regime.

O toyotismo japonês muda esta relação substituindo a vigilância pelo sentimento de “patriotismo de fábrica”, reduzindo os custos da produção, a desobediência, o embate entre as classes. O trabalhador do “capitalismo flexível” é preferencialmente formado por mão de obra jovem, sem vínculos sindicais, sem identidade de classe e sem vínculo com organismos como entidades representativas de categorias profissionais.

No novo capitalismo financeiro, a partir de 1990, gerentes, engenheiros, advogados, economistas, administradores e executivos pregam criatividade, espontaneidade, liberdade, inovação e ousadia, como motores do capitalismo. O capitalismo precisa mudar para se manter vivo e cria novos ramos de negócios, investindo em nichos e produtos especializados, criando necessidades de consumo. “Ele foi construído para destruir a solidariedade interna da classe trabalhadora tradicional de modo a quebrar todas as resistências à livre ação do processo de valorização do capital” (SOUZA, 2010, p. 53).

Os sistemas de vigilância são substituídos pelo disque denúncia interno, pela vigilância recíproca. “O olho do capital está em todos os lugares e dentro dos próprios trabalhadores” (SOUZA, 2010, p.54).

Vitória magnífica do capital que, depois de 200 anos de história do capitalismo, retira o maior valor possível do trabalho alheio vivo, sem qualquer despesa com a gestão, o controle vigilância do trabalho. Destroí-se a grande fábrica fordista e transforma-se o mundo inteiro numa grande fábrica, com filiais em cada esquina, sem lutas de classe, sem sindicatos, sem garantias trabalhistas, sem greve, sem limite de horas de trabalho e com ganho máximo ao capital. Este é o admirável mundo novo do capitalismo financeiro (SOUZA, 2010, p. 57).

Neste contexto, Souza (2010) acredita na formação de uma nova classe trabalhadora, “tão esquecida e estigmatizada como a própria ralé” (2010, p.47), que convive com o que ainda restou do fordismo. Este novo capitalismo também

aprofundou as desigualdades da ralé. Não se trata de uma nova classe média caracterizada por gostos específicos e acesso privilegiado a todos os bens materiais ou recursos escassos. Como privilégio podemos entender “o acesso indisputado e legitimado a tudo aquilo que a imensa maioria dos homens e mulheres mais 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” (Souza, 2010, p.48).

Souza (2010) dialoga com Pochmann (2012), quando este afirma que o aumento do emprego formal não significou um emprego de qualidade e nem protegido, já que 94% dos postos de trabalho gerados de 2004 a 2010 possuem remuneração próxima a um salário mínimo. A miséria apresentou redução, mas a classe trabalhadora continua pobre.

Esta saída da ralé foi possível também segundo Souza (2010) pelo capital familiar, “conjunto interligado de disposições para o comportamento”. Nesta nova classe o capital econômico é mínimo e o capital cultural e escolar baixo, mas a família é estruturada e existe a transmissão de valores pelos pais do trabalho esforçado e contínuo, mesmo em condições adversas, o que não existe na ralé. Existe a transmissão de uma “ética do trabalho”. O jovem tem de trabalhar desde cedo, paralelamente ao estudo. O que não acontece nas classes privilegiadas onde o jovem tem tempo de estudar e depois se dedicar ao trabalho. A urgência pela sobrevivência marca toda a sua vida. A característica que separa os batalhadores da ralé é a sua capacidade de atender as exigências do trabalho moderno de disciplina, autocontrole e comportamento e pensamento prospectivo, ausentes na ralé. Estas condições são aprendidas.

Por pensamento prospectivo entendemos a capacidade de pensar o futuro como mais importante que o presente. Este sentimento não existe na ralé, que vive a urgência da sobrevivência no presente. Para a ralé não existe o sentido do futuro. “A ralé é refém do presente eterno, do incerto pão de cada dia, e dos problemas que não podem ser adiados” (SOUZA 2010, p. 52).

2.5 UMA NOVA CLASSE MÉDIA

O coordenador da pesquisa “A nova classe média”³¹, do Centro de Políticas Sociais da FGV Marcelo Cortes Neri (2008) afirma que “definir classe média é como definir um elefante, se você nunca viu um fica difícil visualizá-lo”. Sua pesquisa adota dois critérios complementares para definir a classe média, com base nos dados do PNAD (Pesquisa Nacional de Amostra Domiciliar), POF (Pesquisa de Orçamento Familiar), PME de 2002 a 2006 (Pesquisa Mensal do Emprego) e CADGE (Cadastro Geral de Emprego e Desemprego) do Ministério do Trabalho, com ênfase na renda domiciliar do trabalho e na mobilidade social, em seis metrópoles brasileiras (Recife, Salvador, Belo Horizonte, Rio de Janeiro, São Paulo, Porto Alegre), representativas do país.

O primeiro, através das análises de atitude e expectativa das pessoas, como faz a pesquisa de sondagem do consumidor do Instituto Brasileiro de Economia da FGV, baseada no que as pessoas esperam conquistar num futuro, em termos de ascensão social. Este tipo de critério foi desenvolvido por George Katona, psicólogo behaviorista. Este tipo de pesquisa busca medir a qualidade de vida, como a expectativa de felicidade nos 5 anos futuros em comparação com o presente, numa avaliação de 0 a 10, que indica o IFF (Índice de Felicidade Futura), desenvolvida pela FGV, em convênio com o BID (Banco Interamericano de Desenvolvimento), a partir de uma amostra de 132 países do *Gallup World Poll*, calculado pela primeira vez em 2008.

O Brasil é o líder no Índice de Felicidade Futura, com 8,78 pontos, superando os EUA que ficaram na 9ª posição, o que revela vontade e disposição da população de melhorar de vida, contribuindo para o crescimento da classe C e redução da pobreza. A projeção para o ano de 2015, prevista no estudo “De volta ao país do futuro” (CPS/FGV/2012) é que o Brasil ocupe a primeira posição com um índice de 8,6.

³¹ Disponível em www.fgv.br/cps/classe_media. Acesso em 12 de junho de 2012.

TABELA 2 Felicidade Futura (em 5 anos) população total - 2008

MAIS	Futuro	MENOS	Futuro
Brasil	8,78	Zimbaue	4,04
Venezuela	8,52	Camboja	4,86
Dinamarca	8,51	Paraguai	5,04
Irlanda	8,32	Haiti	5,10
Jamaica	8,25	Bulgária	5,13
Canadá	8,14	Etiópia	5,22
		Uganda	5,31

Fonte: CPS/FGV (2008) com base nos micro dados Gallup World Poll 2006, projeto BID pela FGV

Este índice, entretanto, trata de um pensamento prospectivo, uma forma de pensar a felicidade enquanto sonho para o futuro, o que explica a posição da Venezuela, por exemplo, em segundo lugar e também a presença da Jamaica entre os seis países destacados, não constituindo assim um dado baseado em índices de desenvolvimento econômico ou social. O que também explica a posição da Bulgária entre os últimos países. O índice demonstra a vontade de ascensão social, o que para Neri (2008) é um dos motores da melhoria de vida da classe média.

Neri (2008) explica que o desejo de ascender é característica da classe média e cita o colunista Thomas Friedman, do *New York Times*, autor do *best seller* “O mundo é plano³²”, para quem a classe média é aquela que tem um plano bem definido de ascensão social para o futuro.

Esta fábrica de realização de sonhos individuais é o motor fundamental para a conquista da riqueza das nações. O combustível é o anseio de subir na vida, já o lubrificante seria o ambiente de trabalho e negócios (NERI, 2008, p.6).

³² FRIEDMAN, Thomas. O mundo é plano. Uma breve história do século XXI. São Paulo: Objetiva, 2005.

O segundo critério para definir a classe social (E, D, C, B2, B1, A2 E A1) é pelo seu potencial de consumo, o chamado Critério Brasil³³, como acesso a bens duráveis como televisão, rádio, lava-roupa, geladeira, freezer, DVD, banheiro, empregada doméstica e instrução do chefe da família, dados disponíveis no Censo Demográfico do IBGE.

O Centro de Políticas Sociais da FGV propõe que além da renda e capacidade de consumo, seja levada em consideração também a capacidade de manter o potencial de consumo em longo prazo.

Assim, a pesquisa deve buscar aspectos como renda permanente, acesso à universidade e escola pública ou particular e a tecnologias da informação, como computadores e internet. Para medir a capacidade de consumo em longo prazo é preciso olhar aspectos como emprego formal, previdência privada, crédito imobiliário, casa própria e seguro saúde, por exemplo. Existe uma diferença enorme entre comprar uma geladeira duplex moderna e contratar um plano de saúde ou financiamento de casa própria.

Desta forma, a definição das classes sociais considera o indivíduo sob dois aspectos: consumidor e produtor. O potencial de consumo (consumidor) avalia os bens das famílias e o potencial de geração de renda (produtor) avalia aspectos como melhoria na escolaridade, acesso à tecnologia e informação e previdência privada, por exemplo. O potencial de consumo cresceu 21% e o potencial de geração de renda 31% no período de 2001 a 2009 (CPS/FGV, 2010).

O diferencial desta proposta é considerar não só os aspectos objetivos, mas os aspectos simbólicos desta nova classe média que representam a sua ascensão, como o acesso à carteira de trabalho, ao ensino superior e à tecnologia e aos bens que antes eram monopólio do estado, como a previdência, saúde, escola e crédito imobiliário. A nova classe média está buscando sair dos serviços públicos –saúde, educação, previdência – rumo aos serviços privados, como escolas particulares, planos de saúde, seguro e previdência complementar, vistos como sendo de melhor qualidade.

³³ Critério de Classificação Econômica Brasil (CCEB), instrumento de segmentação econômica que utiliza o levantamento de características domiciliares (produtos de consumo e grau de escolaridade do chefe da família) para determinar as classes econômicas, adotado pela Abep (Associação Brasileira das Empresas de Pesquisa).

O primeiro critério, quando se pensa em classes sociais é a renda, mas sabemos que muitos outros aspectos simbólicos formam o que chamamos de classe social, com características próprias, valores, modos de viver, pensar e agir. Assim, para este estudo uma definição de classe C seria uma conjugação da definição econômica – renda - e de aspectos simbólicos abordando sua forma de consumir e seu estilo de vida, assim como as expectativas – seus sonhos para o futuro.

2.5.1 Renda do trabalho

Tomando como base, no ano de 2008, os critérios de linha de miséria adotados pelo Centro de Políticas Sociais da FGV (2006), que determina uma renda per capita do trabalho de R\$ 135,00 (linha de miséria) e a presença média de 4,31 pessoas por domicílio, a classe E se situava entre a faixa de renda domiciliar total de todas as fontes de 0 a R\$ 768,00 considerando que a renda fora do trabalho representa 24,2% da renda deste grupo, de acordo com a pesquisa “A nova classe média” (2008).

A classe D estava compreendida na faixa de renda domiciliar total de R\$ 768,00 a R\$ 1.064,00 com renda acima dos miseráveis, per capita do trabalho de R\$ 214,00.

A classe C estava compreendida na faixa de renda domiciliar total de R\$ 1.064,00 a R\$ 4.591,00 com renda per capita do trabalho entre R\$ 214,00 e R\$ 923,00. E a elite, classes A e B é a faixa que supera o limite de renda domiciliar da classe C, de R\$4591 e per capita do trabalho acima de R\$ 923,00.

A classe C é a classe central da sociedade brasileira, a faixa de renda média do brasileiro, ou seja, uma classe média no sentido estatístico. Ela também é chamada de classe média baixa em oposição à classe B, chamada de média alta. Os níveis de renda per capita e domiciliar parecem baixos, mas cerca de 80% dos países do mundo vivem com renda per capita menor que a do Brasil.

TABELA 3 DEFINIÇÃO DAS CLASSES SOCIAIS -2008**Renda domiciliar mensal total de todas as fontes³⁴**

	Limites	
	Inferior	Superior
Classe E	0	768
Classe D	768	1064
Classe média ou C	1064	4591
Elite A e B	4591	

Fonte: Centro de Políticas Sociais da FGV - 2008

TABELA 4 DEFINIÇÃO DAS CLASSES SOCIAIS -2008**Renda domiciliar mensal per capita do trabalho***

	Limites	
	Inferior	Superior
Classe E	0	135
Classe D	135	214
Classe média ou C	214	923
Elite A e B	923	

Fonte: Centro de Políticas Sociais da FGV- 2008 *população entre 15 e 60 anos de idade

Atualizando estes dados os valores teriam um acréscimo, segundo a pesquisa “A pequena grande década” (2010), de 4,7%, no ano de 2010.

³⁴ As fontes de renda podem ser do trabalho, transferência familiar, posse de ativos e transferências do estado (aposentadoria, pensão e programas sociais como seguro desemprego, previdência e bolsa família).

TABELA 5 DEFINIÇÃO DAS CLASSES SOCIAIS - 2010

Renda domiciliar mensal total de todas as fontes

	Limites	
	Inferior	Superior
Classe E	0	804
Classe D	804	1115
Classe média ou C	1115	4807
Elite A e B	4807	

Fonte: Centro de Políticas Sociais da FGV-2010

O Centro de Políticas Sociais da FGV voltou a atualizar a renda das classes sociais a preços de julho de 2011.

TABELA 6 DEFINIÇÃO DAS CLASSES SOCIAIS - 2012

Renda domiciliar mensal de todas as fontes

	Limites	
	Inferior	Superior
Classe E	0	1085
Classe D	1085	1734
Classe média ou C	1734	7475
Classe B	7475	9745
Classe A	9745	

Fonte: CPS/FGV a partir de micro dados PNAD/IBGE (2012)

“A classe C é a imagem mais próxima da sociedade brasileira” afirma Neri (2008, p.5). Para ele a ascensão da classe média é a principal inovação recente na década que se confirma como a da redução da desigualdade e a volta do crescimento, chamada por Neri de “a pequena grande década”. A classe C, portanto, está na fronteira

imediatamente acima dos 50% mais pobres e abaixo dos 10% mais ricos. É a renda média entre os ricos e os pobres. O que segundo Neri (2008) mantém o Brasil na categoria de “Belíndia”, termo utilizado por Edmar Bacha³⁵ para explicar o país que vive entre a pobreza da Índia e a riqueza da Bélgica.

A nova classe C, segundo dados de 2008, representa 51,89% (91,7 milhões de pessoas) da sociedade brasileira, em crescimento constante desde abril de 2002, exceto nos anos de 2003 e 2004, quando houve uma queda. As classes A e B também tiveram crescimento contínuo, enquanto a classe E caiu, demonstrando uma redução da pobreza. A classe D sofreu pequenas oscilações.

Assim a classe C teria crescido 14,84% no período de 2002 a 2008. As classes A e B cresceram 16,31%. As classes D e E juntas tiveram uma redução de 23,9% e a classe E, reduziu 37,54%, numa clara demonstração de redução da pobreza e melhoria de vida da população. Já no período de 2004 a 2008, a classe C subiu 22,8% e as classes A e B, 33,6%. A classe C vem crescendo notadamente nas regiões metropolitanas, onde também se verifica uma maior redução da pobreza. As capitais que tiveram maior redução da pobreza foram Belo Horizonte (40,8%), Rio de Janeiro (30,7%) e Salvador (29,8%), segundo Neri (2008).

A classe média brasileira não se distingue muito da classe média mundial, quando adotados os mesmos critérios de renda per capita e domiciliar. Assim segundo o estudo “*The Expanding Middle*” da *Goldman Sachs*³⁶ a classe média mundial seria a compreendida com renda domiciliar de R\$ 859 a R\$ 4.296. Já o Banco Mundial no estudo *Global Economic Prospects* de 2007, estima a classe média mundial na faixa de R\$2.435 a R\$10.025, nos países desenvolvidos. Nos EUA, 53% dos americanos se consideram classe média, segundo o *Pew Institute*.

O Banco Mundial (2013) também registrou um aumento de 50% na classe média nos países da América Latina, no período de 2003 a 2009, passando de 103 milhões para 152 milhões de pessoas. O Brasil contribuiu com 40% deste aumento. Na Colômbia 54% da população melhorou de vida e no México 17% ingressaram na classe

³⁵ Economista presidente do Instituto de Estudos de Política Econômica da Casa das Garças, ex- diretor do BNDES e do IBGE e integrante da equipe econômica que implantou o Plano Real.

³⁶ Grupo multinacional de consultoria econômica fundado em 1869, por Marcus Goldmann, com escritório em 32 cidades no mundo, incluindo São Paulo. <http://www.goldmansachs.com/>. O estudo está disponível em <http://wwwqa.goldmansachs.com/korea/ideas/global-growth/the-expanding-middle.print.html>

média. Os fatores apontados para o crescimento foram o aumento da escolaridade, o emprego formal, famílias menores, população urbana maior e maior entrada da mulher no mercado de trabalho.

A classe média cresceu também na zona rural conforme Neri (2012), saindo de 20,6% em 2003, para 35,4% em 2009 e 50% em 2014, igualando ao percentual urbano. No campo os motivos da redução da pobreza e do crescimento da classe média foram o desenvolvimento rural, a agricultura familiar, aumento do salário mínimo e os programas governamentais de apoio às zonas rurais como PRONAF (Programa Nacional de Agricultura Familiar), o PNAE (Programa Nacional de Alimentação Escolar), o PAA (Programa de Aquisição de Alimentos) e o Plano Safra da Agricultura Familiar, que incentivam e determinam a compra de produtos agrícolas dos pequenos agricultores em sua própria região.

2.5.2 A estrutura das classes econômicas

A classe C vem crescendo em participação na pirâmide social se comparado o período de 2002 a 2008, exceto no intervalo dos anos 2003 e 2004, quando ocorreu um retrocesso. Nestes dois anos, a inflação que vinha apresentando queda e estava na faixa dos 7%, subiu para 12,53% e 9,30% respectivamente, demonstrando seus reflexos no padrão de renda e vida das pessoas. As classes A e B também se ampliaram. Enquanto isto as classes D e E tiveram queda, traduzindo a redução da pobreza.

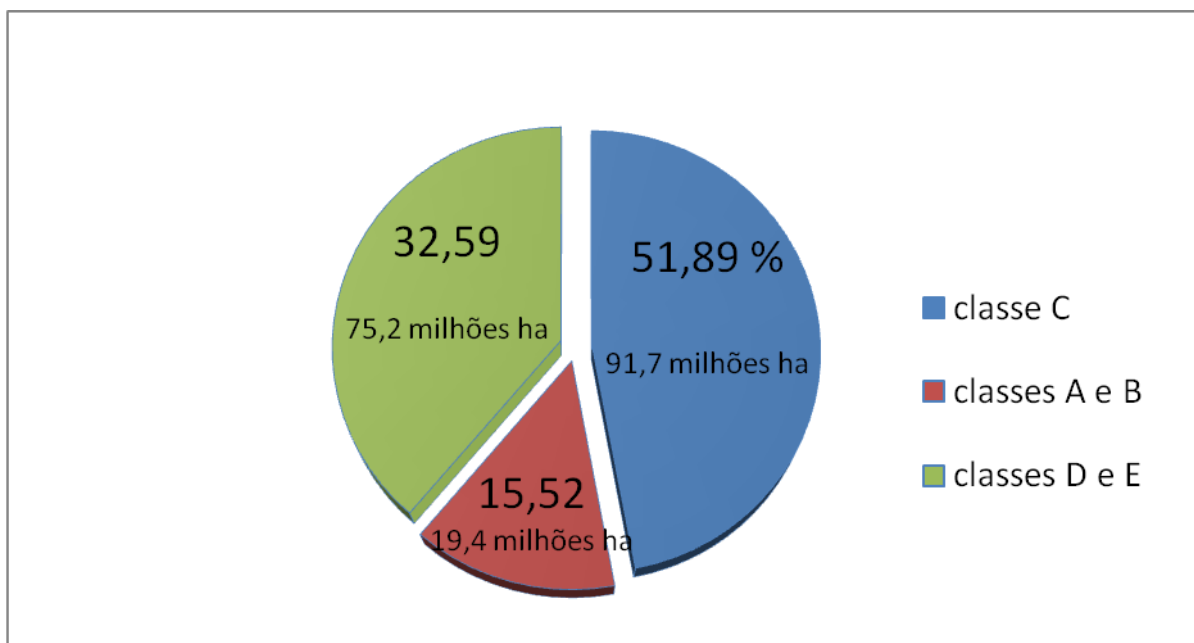


ILUSTRAÇÃO 4 DISTRIBUIÇÃO DAS CLASSES SOCIAIS abril 2008

Com base nos dados do CPS/IBRE/FGV /PME/IBGE – 2008 (elaboração própria)

TABELA 7 EVOLUÇÃO DAS CLASSES SOCIAIS*

	2002	2008	%
Classe C	44,19	51,89	14,84
Classe A e B	12,99	15,52	16,31
Classe D e E	42,82	32,59	-23,9
Classe D	14,18	14,70	3,54
Classe E	28,64	17,89	-37,54

*Com base nos dados do CPS/IBRE/FGV /PME/IBGE -2008

O estudo “O lado brilhante da classe C” (CPS/FGV, 2012) atualizou a distribuição das classes sociais, sendo que em 2009, a classe C passou a representar 53,5% da população, um total de 94,9 milhões de indivíduos.

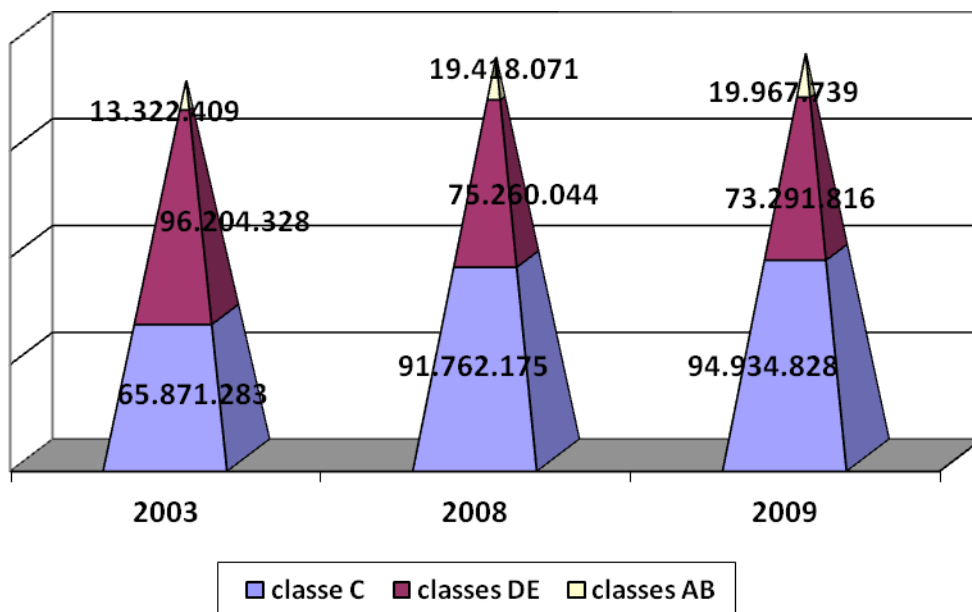


ILUSTRAÇÃO 5 PIRÂMIDE POPULACIONAL DIVIDIDA EM CLASSES (milhões ha)

Fonte: Centro de Políticas Sociais da FGV (2009) a partir dos micros dados da PNAD/IBGE (elaboração própria)

Estes dados mostram nitidamente que no período de 2003 a 2009, as classes AB cresceram moderadamente, enquanto a classe C dá um grande salto e as classes DE reduzem bastante. Todas as classes ascenderam socialmente no período, alcançando um degrau acima na escala social.

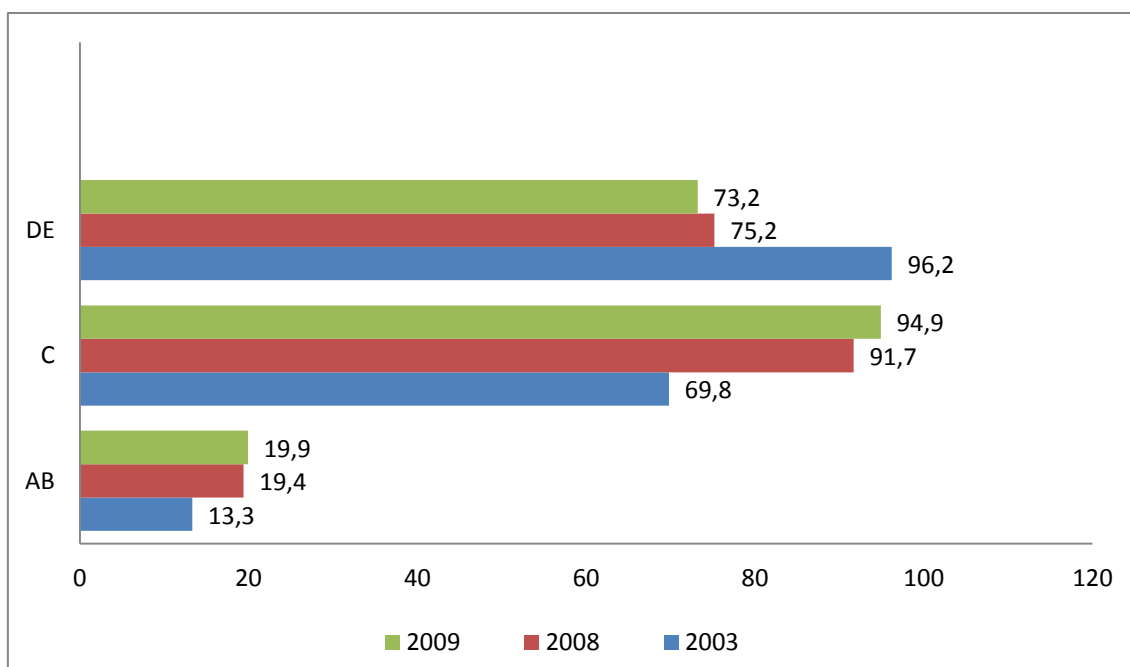


ILUSTRAÇÃO 6 EVOLUÇÃO DAS CLASSES SOCIAIS / EM MILHÕES

Fonte: Centro de Políticas Sociais da FGV (2009) a partir dos micros dados da PNAD/IBGE (elaboração própria)

Neri (2012) afirma que a ascensão da classe C nos leva a duas reflexões: uma econômica e outra política. Os 94,6 milhões de brasileiros da classe podem definir uma eleição no primeiro e no segundo turnos e representavam 46,24% do poder de compra do país em 2009 (em 2008, era 45,66%) superando as classes AB (44,12%) e DE (9,65%).

Tomando como base a constatação de que as pessoas possuem dificuldade em definir a sua própria classe social, o Centro de Política Social da Fundação Getúlio Vargas, criou o Simulador de Classe Econômica³⁷, que permite saber o percentual da população que está abaixo da sua renda, através de informações como renda domiciliar, estado, região e número de pessoas na residência. Assim, se uma pessoa tem renda de R\$ 1064, no estado de São Paulo, na região metropolitana com 4 pessoas na residência, 45,7% da população tem renda inferior. Este seria o início da classe C. Se uma pessoa tem renda de R\$ 4561, nas mesmas condições, 90,7% da população tem renda inferior à sua. Este seria o fim da classe C. Desta forma, a classe média está no limite dos 50% mais pobres e dos 10% mais ricos.

³⁷ <http://www.fgv.br/ibrecps/RETCM/lorenz/index.htm>. Acesso em 18 de julho de 2012.

O economista pesquisador da Fundação Getúlio Vargas Neri (2008) afirma que a maior característica da última década é a redução da desigualdade social, que esteve estagnada de 1970 a 2000 e vem caindo desde 2001, apesar de ainda ser muito grande no país. A miséria caiu de 19,80% da população em 2006, para 18,11% em 2007. Cerca de 1,5 milhões de pessoas cruzaram a linha da miséria e atingiram a faixa de renda de R\$ 135 reais per capita. O número da população de miseráveis é de 33,68 milhões de brasileiros, que vivem com menos de R\$ 135 reais por pessoa. A taxa média anual de redução da pobreza de 1992 a 2006 é de -4,43%, o dobro necessário para reduzir a extrema pobreza à metade em 25 anos, ou seja, 2,73%, conforme as metas do milênio da ONU. Segundo o Banco Mundial o Brasil era o 10º país em desigualdade em 2005, caindo para o 3º lugar em 2008.

O estudo do IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada) ³⁸, “A década inclusiva” (2012) registra que o Brasil atingiu em 2011 o menor nível de desigualdade social já verificado desde o início das séries históricas, em 1960, apesar de a desigualdade estar entre as 12 mais altas do mundo. A diminuição da desigualdade é medida pelo coeficiente de GINI ³⁹ (o peso varia de 0 a 1) que passou de 0,594 em 2001 para 0,527 em 2011. No índice, quanto mais perto de zero menor a desigualdade entre os mais ricos e os mais pobres do país. O Brasil ocupa a posição 120ª de uma lista de 127 países, encabeçada pela Hungria, Dinamarca e Japão. O último país é a Naníbia. Argentina está no 109º posição, Chile na 118ª e Colômbia na 119ª.

O salário dos 10% mais pobres da população brasileira cresceu 91,2% entre 2001 e 2011. Isto significa que cerca de 23,4 milhões de pessoas deixaram a pobreza. Já a renda dos 10% mais ricos aumentou 16,6% no período.

O estudo também registrou que houve queda de 3,2% no coeficiente de GINI entre junho de 2011 e o mesmo mês de 2012, tendo como base dados da Pesquisa Mensal de Emprego (PME) do IBGE. A pesquisa “De volta ao país do futuro” do CPS/FGV (2012) prevê que o GINI deve fechar em 2013 no nível de 0,5200 e em 2014, 0,5144.

³⁸ <http://www.ipea.gov.br/portal/>. Acesso em 25 de setembro de 2012.

³⁹ Índice criado pelo matemático italiano Conrado Gini para estabelecer as diferenças entre os mais ricos e os mais pobres.

O crescimento dos salários foi o principal fator para a melhoria e corresponde a 58% da diminuição da desigualdade. Em segundo lugar vêm os rendimentos previdenciários, com 19% de contribuição, seguido pela Bolsa Família, com 13%. Os 10% restantes são benefícios de prestação continuada⁴⁰ e outras rendas.

Nas classes pobres a renda cresce mais. Os melhores momentos da redução da pobreza foram de 2007/8 (13,5%), 2004/5 (12,3%) e 2006/7 (8%). A renda teve o seu maior crescimento na comparação de 2005/6 atingindo 16,4%, o mesmo ritmo da China. Neste mesmo período as vendas no comércio cresceram 11,8%. A renda vem crescendo desde 2001 para os pobres e a partir de 2005, para todas as classes.

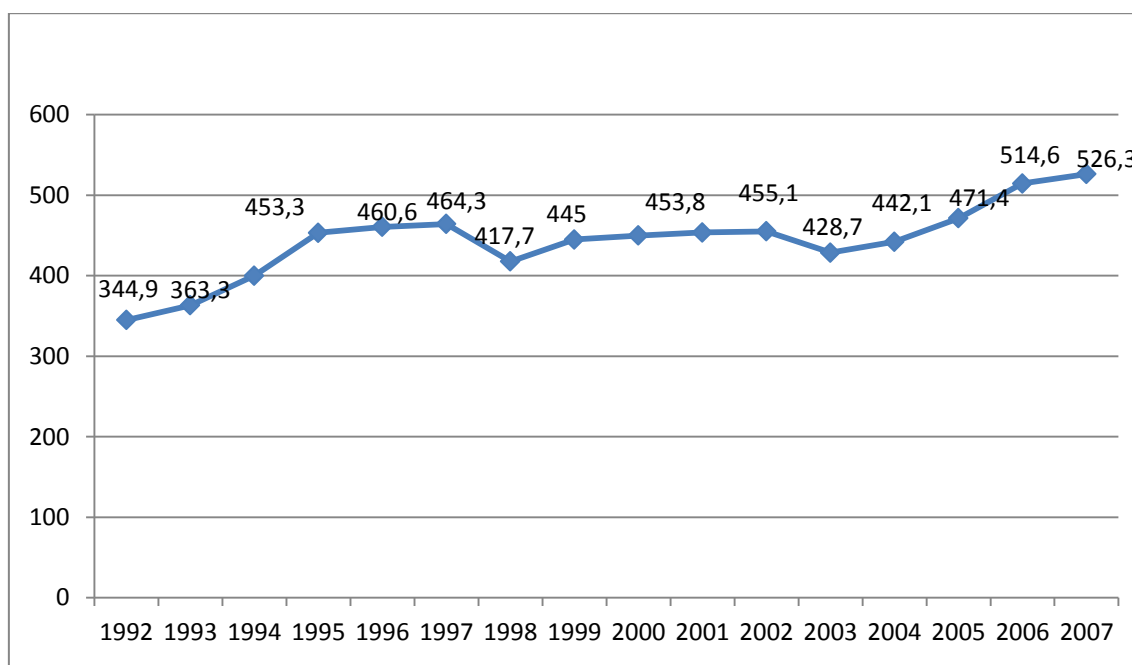


ILUSTRAÇÃO 7 RENDA BRASIL (renda familiar per capita)

Fonte: CPS/FGV com base nos micro dados do PNAD/IBGE -2008 (elaboração própria)

*Nos anos de 1994 e 2000 é aplicada a média, já que não houve PNAD

⁴⁰ Programa que concede benefício de um salário mínimo para idosos acima de 65 anos e deficientes físicos, com renda per capita familiar inferior a um quarto do salário mínimo. Pode ser acumulado com outros membros da família.

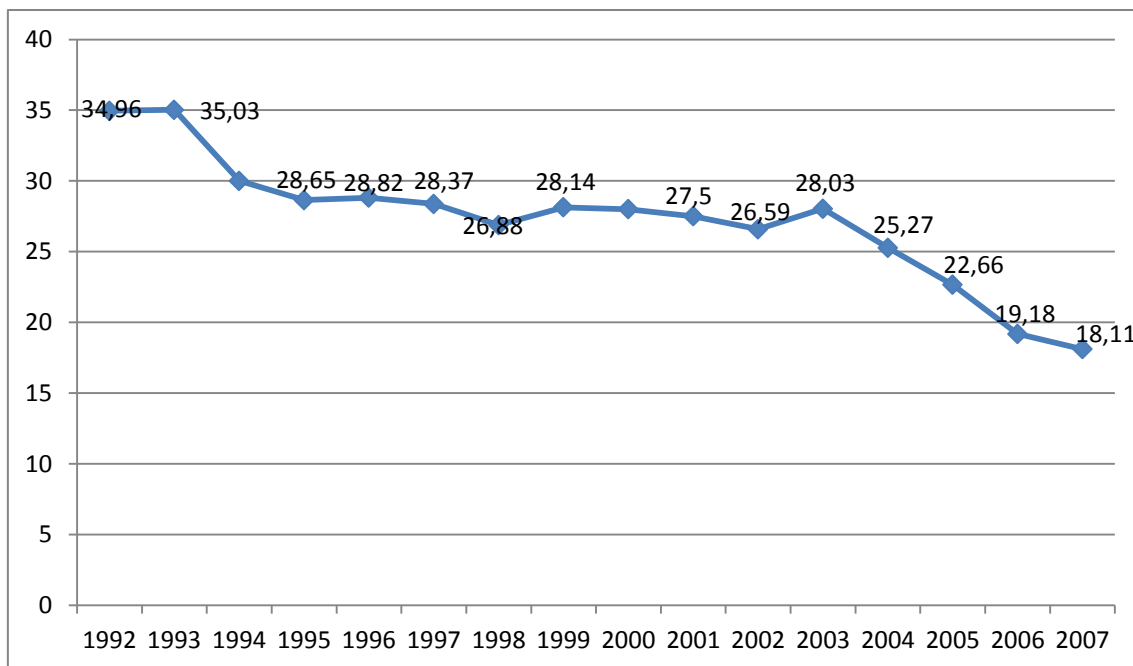


ILUSTRAÇÃO 8 MISÉRIA % DA POULAÇÃO BRASILEIRA (renda de todas as fontes)

Fonte: CPS/FGV com base nos micro dados do PNAD/IBGE-2008 (elaboração própria)

*Nos anos de 1994 e 2000 é aplicada a média, já que não houve PNAD

Segundo Neri (2008) a volta do trabalho formal com carteira assinada é o aspecto mais significativo da ascensão à classe C. A geração de empregos bateu recorde histórico de 1,881 milhões de novos empregos, no período de 12 meses, em junho de 2008, ano limite da análise da pesquisa. Neste ponto, Neri (2008) discorda de Souza (2010) que acredita que o trabalho autônomo foi o grande motivador da nova classe C. Assim o aumento da renda do trabalho formal é um dos fatores fundamentais para explicar a nova classe C, além dos aumentos reais do salário mínimo.

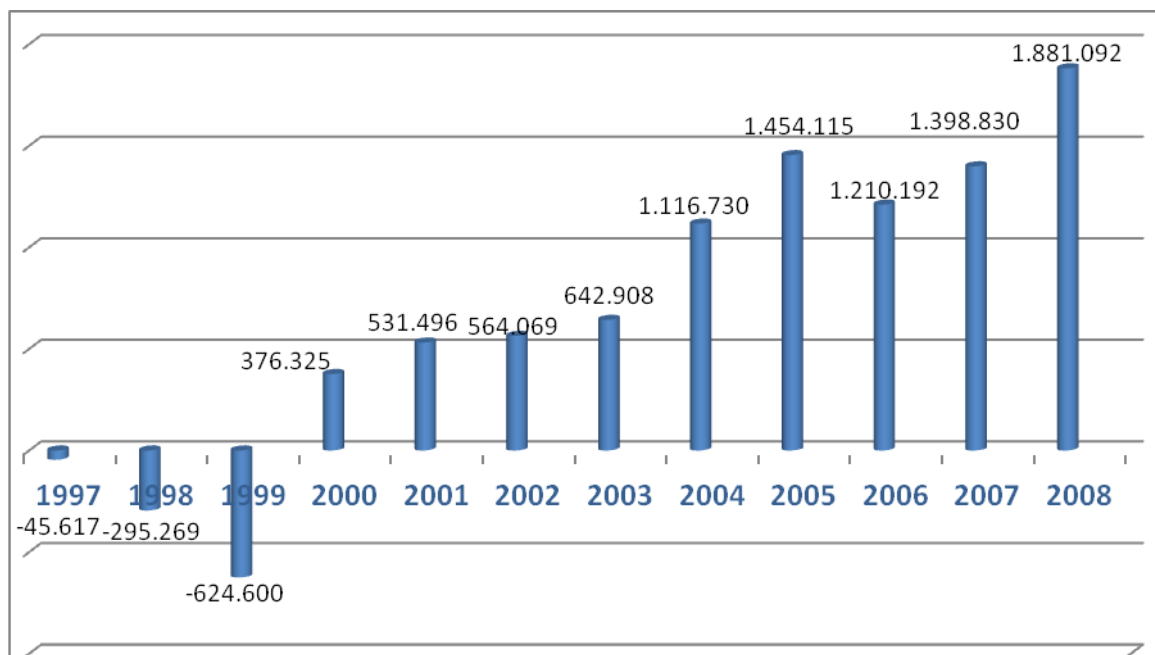


ILUSTRAÇÃO 9 GERAÇÃO LÍQUIDA DE EMPREGOS

Acumulado 12 meses – junho a junho

Fonte: CPS/IBRE/FGV com base em CAGED/TEM – 2008 (elaboração própria)

Podemos acrescentar a estes fatores o caráter de empreendedorismo e esforço individual apontado por Souza (2010) característicos da nova classe C e também a estabilização da economia, com destaque para a queda das taxas de inflação, o aumento da renda do trabalho e do PIB. Desde 1994, com a edição do Plano Real⁴¹, a inflação vem caindo. Nos anos 80 a média da inflação anual foi de 330% e no período de 1990 a 1994 a inflação atingiu a média anual de 764%, caracterizando a hiperinflação.

A inflação vem caindo desde 1999 (8,95%), com aumento somente nos anos de 2002 (12,53%) e 2003 (9,30%). No ano de 2006, alcançou o menor índice ficando em 3,14%. Em 2012 o ano fechou em 5,84%, em 2013, em 5,91% e em 2014, 6,6%, segundo índice do Banco Central⁴².

⁴¹ Plano econômico editado em 30 de junho de 1994, elaborado pelo ministro da Fazenda Fernando Henrique Cardoso, com colaboração dos economistas Gustavo Franco, Pêrsio Arida, Pedro Malan, Edmar Bacha e André Lara Resende, mudou a moeda de cruzeiros reais para real, na proporção de 2755 para um.

⁴² Disponível em <http://www.brasil.gov.br/sobre/economia/mercado-financeiro/inflacao>. Acesso em 08 de setembro de 2013.

As décadas de 1960 e 1970 marcaram o início do desequilíbrio econômico no Brasil, abrindo um período de 15 anos de hiperinflação. Somente quatro países no mundo tiveram inflação superior a 1.000 por cento em 1992: a Rússia, a Ucrânia, o Zaire e o Brasil (FAZENDA, 2013)⁴³.

Antes da queda várias tentativas foram realizadas: Plano Cruzado (1986, governo José Sarney, moeda cruzado novo), Plano Brasil Novo ou Plano Collor I (1990, presidente Fernando Collor, moeda cruzeiro), Plano Collor II (1992, governo Fernando Collor), Plano Real (1994, governo Itamar Franco, moeda real).

Em 1999, o Banco Central começa a adotar as metas para a inflação na tentativa de controlar a inflação dentro de um limite máximo. Assim, o governo estabelece alvos anuais para a inflação, cabendo ao Banco Central executar as políticas necessárias para cumprimento das metas fixadas. As metas podem ter uma variação de 2% para mais ou para menos. Assim a meta de 4,5 pode chegar a 6,5%. Desde o início da adoção de metas como controle da inflação, o índice vem caindo, exceto nos anos de 2002 e 2003, quando o índice ficou em 12,53% e 9,30%, muito acima das metas de 3,5% e 4%. A meta tem se mantido estável desde 2005, com um índice de 4,5%, mas a inflação só esteve abaixo deste teto nos anos de 2006, 2007 e 2009.

⁴³ <http://www.fazenda.gov.br/portugues/real/realem.asp> .Acesso em 8 de setembro de 2013.

TABELA 8 INFLAÇÃO NO BRASIL

Ano	Meta (%)	Inflação (%) IPCA
1999	8	8,94
2000	6	5,97
2001	4	7,67
2002	3,5	12,53
2003	4	9,30
2004	5,5	7,60
2005	4,5	5,69
2006	4,5	3,14
2007	4,5	4,46
2008	4,5	5,90
2009	4,5	4,31
2010	4,5	5,91
2011	4,5	6,50
2012	4,5	5,84
2013	4,5	5,9
2014	4,5	6,41

Fonte: Banco Central

A renda do trabalho também vem aumentando conforme levantamento do IBGE. No período março de 2002 a março de 2013 o rendimento médio nominal do trabalho principal mensal teve um crescimento de cerca de 130%, passando de R\$ 806,3 para R\$ 1855,4.

TABELA 9 RENDIMENTO MÉDIO NOMINAL DO TRABALHO

ANO	SALÁRIO R\$
2002	806,3
2003	862,3
2004	895,7
2005	953,6
2006	1018,5
2007	1107,1
2008	1186,4
2009	1321,4
2010	1413,4
2011	1557,0
2012	17, 28,4
2013	1855,4

Fonte: IBGE (2013)

Também o PIB (Produto Interno Bruto) per capita vem apresentando crescimento contínuo nos últimos anos. No período de 2006 a 2012 o índice teve um aumento de 80%, passando de R\$ 12.769,00 para R\$ 22.402. Já o PIB em valores correntes passou de R\$ 2.369 bilhões em 2006, para R\$4.407 bilhões, em 2012, num crescimento de 86%. (IBGE, 2012). O PIB per capita de 2013 ficou em R\$ 24.065, com um crescimento de 1,4%. Já o PIB per capita de 2014 fechou em R\$ 27.229 com queda de 0,7%. (IBGE, 2015). O pico do PIB per capita foi em 2010, quando alcançou aumento de 9,7.

A poupança nacional bruta que em 2006 era de R\$ 417 bilhões fechou o ano de 2012 em R\$ 650 bilhões, com elevação de 58%. E a renda nacional bruta passou de R\$

2.311 bilhões em 2006, para R\$ 4.334 bilhões, em 2012, uma elevação de 89%. (IBGE, 2012).

A permanência na classe C tem aumentado conforme revelam os dados estatísticos da matriz de destino das classes, indicando que a ascensão é estável até o momento. Em 2003, 78,78% da classe C continuaram nesta classe e em 2008 este número aumentou para 84,58%. Nas classes D e E aconteceu o inverso, demonstrando uma clara melhoria de vida. Na classe E permaneceram 73,38% em 2003 e 67,57% em 2008. Na classe D estes índices foram de 23,66% e 15,07%. Já nas classes altas (A e B) o índice de permanência aumentou passando de 78,04% em 2003, para 82,38% em 2008.

TABELA 10 MATRIZ DE DESTINOS (quem era classe C inicialmente)

	Classe E	Classe D	Continua classe C	Elite A e B
2003	8,82	10,02	78,78	2,39
2004	6,26	8,55	81,04	4,15
2005	4,20	6,35	86,95	2,50
2006	5,63	6,17	85,11	3,10
2007	3,76	6,52	86,35	3,37
2008	3,70	6,98	84,58	4,74

Fonte: CPS/IBRE/FGV /PME/IBGE com base no micro dados do PME/MT - 2008

TABELA 11 MATRIZ DE DESTINOS (quem era classe D inicialmente)

	Classe E	Continua Classe D	classe C	Elite A e B
2003	23,66	53,30	22,72	0,33
2004	19,13	56,19	24,27	0,41
2005	16,03	62,28	21,56	0,13
2006	18,58	58,13	22,89	0,41
2007	14,75	65,00	20,26	0,00
2008	15,07	54,92	29,46	0,56

Fonte: CPS/IBRE/FGV /PME/IBGE com base no micro dados do PME/MT - 2008

TABELA 12 MATRIZ DE DESTINOS (quem era classe E inicialmente)

	Continua Classe E	Classe D	classe C	Elite A e B
2003	73,38	13,48	11,30	1,85
2004	71,96	14,13	11,52	2,38
2005	77,30	13,20	8,87	0,63
2006	76,86	12,65	9,66	0,83
2007	77,52	11,22	10,22	1,03
2008	67,57	16,46	14,53	1,45

Fonte: CPS/IBRE/FGV /PME/IBGE com base no micro dados do PME/MT - 2008

TABELA 13 MATRIZ DE DESTINOS (quem era classe A e B inicialmente)

	Classe E	Classe D	classe C	Continua Elite A e B
2003	4,50	0,39	17,07	78,04
2004	4,68	0,74	16,95	77,64
2005	1,32	0,82	8,75	89,11
2006	1,96	0,19	12,34	85,51
2007	1,00	0,14	11,95	86,91
2008	1,60	0,55	15,47	82,38

Fonte: CPS/IBRE/FGV /PME/IBGE com base no micro dados do PME/MT - 2008

2.5.3 Perfil sócio - econômico da classe C

A proporção de indivíduos na classe C entre homens e mulheres é bastante equilibrada, em virtude de o cálculo ser feito tomando como base a renda total familiar dividida pelo número de pessoas da família. Isto significa que em 2008, 53,36% dos homens estavam na classe C e 49,99 das mulheres pertenciam a este estrato. Na variação acumulada os homens tiveram um crescimento de 18,89% e as mulheres

17,53%. Já em comparação com a classe E houve redução de 38,07% entre os homens e 30,55% entre as mulheres.

Com relação à idade, a maior proporção de indivíduos na classe C (55,75%), está na faixa etária de 20 a 24 anos, seguida de 25 a 29 anos (55,01%), mas a distribuição pelas faixas etárias é bastante equilibrada. O maior crescimento se deu na faixa etária de 55 a 59 anos, com 20,33%, seguido da faixa de 15 a 19 anos com 20,0, nas duas extremidades das idades.

Com relação à escolaridade a tabela indica que a proporção de indivíduos na classe C aumenta de acordo com a escolaridade, à exceção daqueles com mais de 11 anos de estudos. Assim, 55,98% das pessoas que possuem de 8 a 10 anos de estudo (ensino fundamental completo) estão na classe C.

Com relação à ocupação, a carteira de trabalho é a principal característica da classe C. Dos trabalhadores com carteira assinada, 64,25% estão na classe média, revelando que o emprego formal é o principal fator motivador da nova classe média, segundo Neri (2008). Outro destaque é a participação na atividade de autônomo, com 55,86%. A atividade de autônomo teve um crescimento no período de 18,77%, contra 13,69% da carteira assinada. Os desocupados (37,6%) e inativos (38,11%) representam a menor proporção na classe média.

TABELA 14 GRUPOS RENDA DE TRABALHO (6 regiões metropolitanas)

POSIÇÃO NA COLOCAÇÃO								
Classe	2008/ 2002	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
C								
c/carteira	13,69	56,51	56,66	58,48	62,20	63,48	63,23	64,25
s/carteira	17,12	49,24	48,09	51,03	53,57	56,18	52,99	57,66
militar								
autônomo	-2,41	50,78	50,89	52,71	53,99	52,38	49,97	49,55
empregador	18,77	47,04	46,45	47,97	51,20	53,63	53,80	55,87
não	8,58	35,85	38,61	40,67	41,55	41,32	39,37	38,93
remunerado	10,86	49,91	47,71	49,18	57,00	52,84	52,19	55,33
desocupado	31,98	28,48	27,20	28,66	30,55	33,32	34,33	37,60
inativo	14,72	33,21	31,6	32,51	35,45	36,93	36,79	38,11

Fonte: CPS/IBRE/FGV /PME/IBGE com base no micro dados do PME/MT-2008

Com relação à cor ou raça, os percentuais de participação na classe C são muito próximos, à exceção dos amarelos que possuem renda mais alta. Assim, 52,44% das pessoas que se declaram pardas são da classe C, seguida dos indígenas (52,41%), brancos (51,31%) e preta (50,87%). O destaque é para o aumento de 29,61% na cor ou raça preta, e de 26,96%, na parda, no período de 2002 a 2008, revelando um aumento de renda nestas raças.

Também com relação à posição na família os percentuais são bastante equilibrados. Assim, 53,11% dos cônjuges estão na classe C, seguido dos filhos com 52,23%, parentes com 51,95% e responsável com 49,94%. Os agregados tem a menor proporção de 45,51%.

Com relação ao domicílio, quanto maior o número de pessoas menor a chance de ser classe C. Somente 24,89% dos domicílios com mais de 6 pessoas estão na classe C e 52,26% dos domicílios de até duas pessoas pertencem à classe C. Entretanto, o maior crescimento (23,16%) se deu na faixa de 5 a 6 pessoas, no período de 2002 a 2008.

A proporção de pessoas na classe média é maior no grupo dos que contribuem com a previdência social (60%), com um crescimento de 12,31% no período, muito próximo daqueles que não contribuem, de 57,34%. O destaque é para o crescimento de 20,19% dos que não contribuem, que pode caracterizar o trabalho informal, autônomo e de pequenos empreendedores.

TABELA 15 GRUPOS RENDA DE TRABALHO (6 regiões metropolitanas)

FORMALIDADE (contribui para previdência)

Classe	2008/ 2002	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
C								
SIM	12,31	53,52	53,72	55,58	58,78	59,88	59,36	60,11
NÃO	20,19	47,71	46,44	48,78	52,11	59,83	55,12	57,34

Fonte: CPS/IBRE/FGV /PME/IBGE com base no micro dados do PME/MT-2008

A classe E vem reduzindo e a classe C crescendo nas regiões metropolitanas do país. As metrópoles concentram 51,57% da classe C. São Paulo é a capital com maior proporção de classe C (54,68%), com aumento de 12,26% no período.

Já Recife tem a menor proporção de classe C com 36,67% da população, mas apresentou o segundo maior crescimento de 31,25%, sendo 21,49% somente no ano de 2005. O maior crescimento de 32,39% ocorreu na região metropolitana de Belo Horizonte.

A região sul do país concentra o maior número de população da classe C, com 60,36%, seguida do sudeste com 54,46%, regiões mais ricas do país. O nordeste tem a menor concentração (30,03%), mas apresentou o maior crescimento no período de 2002 a 2007. Isto significa que na região mais pobre ocorreu aumento da renda, reduzindo as camadas mais pobres, devido ao emprego com carteira e transferência de renda, como aposentadorias e programas sociais.

TABELA 16 CLASSE C POR REGIÕES %

	Classe C %	Variação	%
	2007	2007/2002	
Sul	60,36	Nordeste	7,38
Sudeste	54,46	Norte	4,87
Centro	47,72	Centro	4,42
Norte	39,13	Sul	3,37
Nordeste	30,03	Sudeste	3,02

Fonte: CPS/FGV com base nos micro dados do PNAD/IBGE-2008

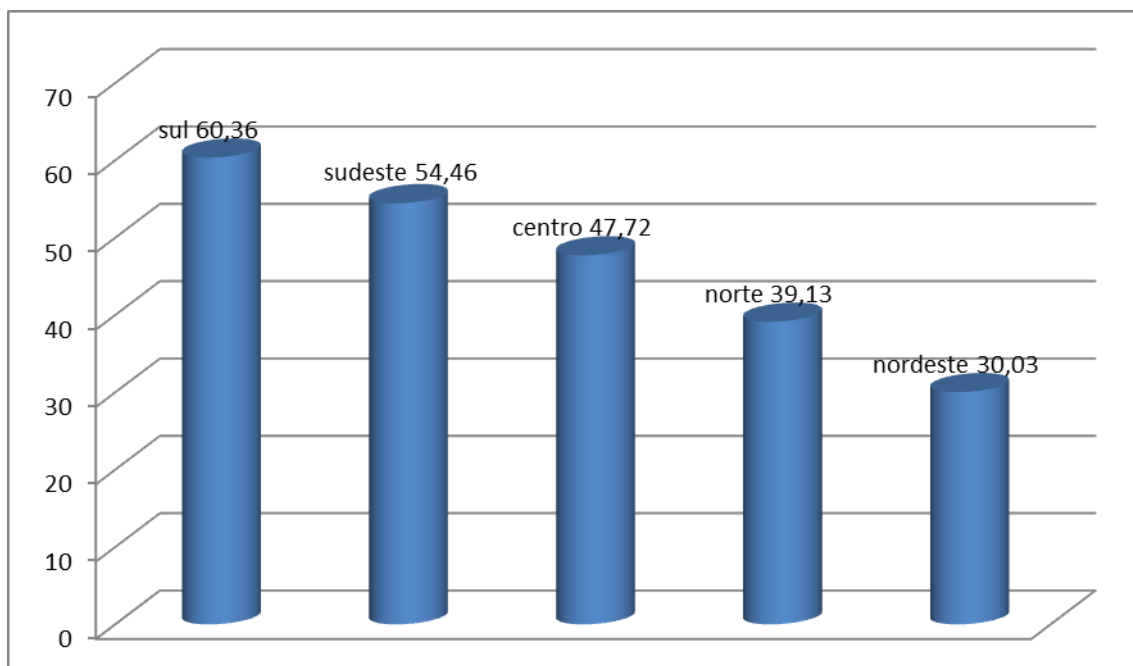


ILUSTRAÇÃO 10 CLASSE C % POPULAÇÃO BRASILEIRA POR REGIAO

Fonte: CPS/IBRE/FGV com base nos micro dados PME/IBGE – 2008 (elaboração própria)

A classe C está concentrada nas metrópoles (50,35%) e na zona urbana (49,43%), enquanto que o maior crescimento ocorreu na zona rural (9,41%). Assim como no crescimento por região, a zona rural também se destaca pelo aumento do emprego formal e transferência de renda. A renda per capita também é maior nas metrópoles (R\$ 673,83). Na zona urbana é de R\$ 510,95 e na zona rural R\$ 251,23.

Com relação à renda domiciliar per capita a região sul apresenta o maior valor (R\$ 645,65), enquanto o maior crescimento no período se deu no nordeste.

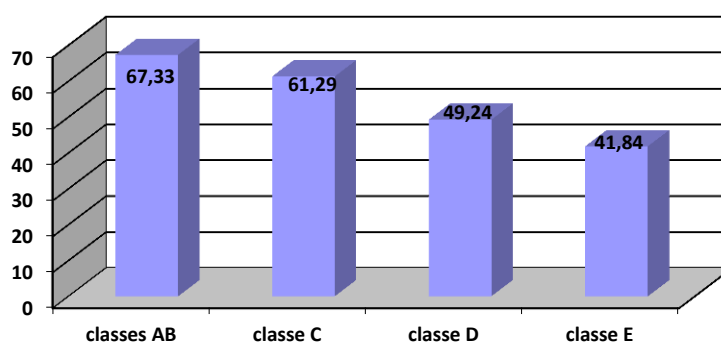
TABELA 17 RENDA DOMICILIAR PER CAPITA POR REGIÃO

	Classe C % 2007	Variação %	
		2002/2007	
Sul	645,65	Nordeste	4,35
Sudeste	629,29	Centro	4,12
Centro	606,06	Sul	4,09
Norte	387,82	Norte	2,95
Nordeste	309,55	Sudeste	1,96

Fonte: CPS/FGV com base nos micro dados do PNAD/IBGE -2008

A renda domiciliar per capita do trabalho é maior na região sul (R\$ 494,86), que também apresentou o maior crescimento (3,59%). A zona rural tem a menor renda, mas apresentou o maior crescimento no período de 2002 a 2007.

O estudo “O lado brilhante da classe C” (CPS/FGV, 2010) apontou um perfil sócio econômico da classe C com base no PNAD. Com relação à ocupação, quanto maior a renda melhor o seu índice.

**ILUSTRAÇÃO 11 OCUPADOS 2009 (10 anos ou mais)**

Fonte: CPS/FGV a partir dos micros dados PNAD/IBGE (elaboração própria)

TABELA 18 PERFIL DAS CLASSES ECONÔMICAS 2009

Categoria	Posição na ocupação			
	Classe AB	C	D	E
Sem emprego	2,14	3,86	7,20	10,11
Inativo	30,53	34,84	43,56	48,05
Agrícola	0,29	2,33	4,49	4,68
Doméstico	0,57	4,53	5,99	4,27
Com carteira	21,11	22,96	11,77	4,31
Sem carteira	4,85	6,75	6,68	4,47
Conta própria	11,85	11,85	11	11,05
Empregador	9,81	2,14	0,55	0,55
Funcionário público	16,84	7,05	3,19	1,61
Não remunerado	1,95	3,65	5,62	10,90

Fonte: CPS/FGV a partir dos micro dados da PNAD/IBGE

O acesso a computador com Internet em todas as classes, em 2009, estava presente em 28,46% dos domicílios. E na classe C 33,90%. O telefone celular atinge 81,55% dos brasileiros e na classe C este índice é ainda maior, chegando a 86,23% contra 99% nas classes AB, 77% na classe D e 62% na classe E.

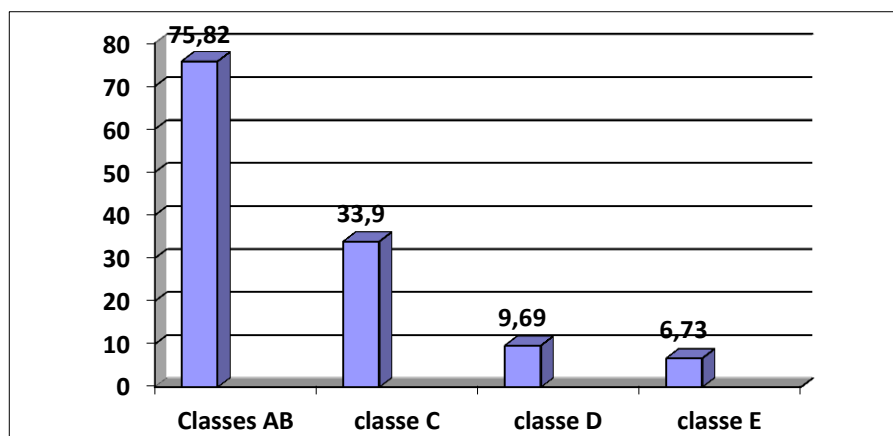


ILUSTRAÇÃO 12 ACESSO A COMPUTADOR COM INTERNET 2009

Fonte: CPS/FGV a partir dos micros dados da PNAD/IBGE (elaboração própria)

Este quadro só tende a evoluir e uma pesquisa do Instituto Data Popular e Google, “Classe C de conectados”⁴⁴ (2015) revelou que 54% dos internautas do país pertencem à classe C, representando um universo de 48,3 milhões de usuários, número maior que a população digital do México (44,1 milhões) e da Itália (33,5 milhões). As classes AB representam 36% e a DE 10% dos internautas. Pesquisa do Instituto Nielsen Ibope⁴⁵ de julho de 2014 atestou a existência de 120 milhões de usuários, sendo que metade deles passou a acessar a rede a menos de 5 anos e 31% a três anos ou menos. Segundo a pesquisa as classes C e D começaram a ter acesso à internet a partir de 2007, com as redes sociais e *lan houses* e se intensificou a partir de 2010, com o acesso pelo celular. O número de internauta saiu de 250 experimentais em 1995, para 10 milhões em 2000, 14 milhões em 2003, 30 milhões em 2007, 48 milhões em 2010 e 120 milhões em 2014.

De todos os usuários da classe C, 47% possuem *smartphone* e 78% deles usam este dispositivo para acessar a internet, contra 10% que acessam pelo computador de mesa, 9% por *laptops*, 2% por *tablet* e 1% por *netbook*. O *desktop* deixou de ser a primeira experiência de internet, principalmente entre os jovens, já que o *smartphone* é mais barato que um computador de mesa, adquirido antes mesmo de ter uma máquina fixa.

Apesar da intensa popularização da Internet, 4 em cada 10 adultos da classe C ainda não estão conectados. Os jovens até 25 anos predominam entre os internautas da classe C representando 57%, contra 42% dos acima de 35 anos. Em uma década a população cresceu 10% e o acesso da classe C à internet cresceu 204%, contra 143% das classes AB.

A pesquisa do Data Popular/Google também identificou os usos da internet pela classe C destacando que 74% comentam e compartilham conteúdos, 73% usam sites de busca, 56% assistem vídeos, 44% escutam música, 23% pesquisam preços, 7% fazem compras, 30% baixam aplicativos e 29% jogam.

Com relação à educação, quanto maior a renda maior a escolaridade. A média de anos de estudo das classes AB é de 12 anos, contra 7,18 anos na classe C, 5,16 na

⁴⁴ Pesquisa ouviu 1500 internautas. https://www.google.com/intl/ALL_br/think/research-studies/novos-donos-internet-classe-c-conectados-brasil.html

⁴⁵ Instituto de pesquisa que através do software nielsenonline.exe monitora os hábitos de navegação e compra de internautas voluntários. http://br.nielsennetpanel.com/pnl/br/p11.p1?p_session_id=&p_language_id=55

classe D e 4,98 na classe E. Já cursaram ou estavam cursando o nível superior 47,67% nas classes AB e apenas 10,47% na classe C.

No ano da pesquisa da FGV, 51,05% de toda a população tinha acesso à rede de esgoto. Este índice é de 72% pra as classes AB, 57% para a classe C, 40% para a classe D e 30% para a classe E. A coleta diária de lixo atinge 81,89% da população, chegando mais para a quase totalidade das classes AB (91,85%) e 87,46% na classe C.

A casa financiada é uma realidade para 4,29% da população, 7,74% para as classes AB e 4,9% para a classe C. E ainda 70,58% da população têm imóvel próprio e 15,78% pagam aluguel. Alguns bens possuem distribuição mais homogênea entre as classes como a televisão, presente em 96,4% dos lares e 97,62% dos domicílios da classe C. A máquina de lavar roupas está presente em 85% das classes AB e 53% da classe C.

Aproximadamente 93% da população têm geladeira e 97,4% dos lares da classe C possui este eletrodoméstico. Este produto está presente em 99% das classes AB, 92% da classe D e 79% da classe E. O freezer está presente em 35,91% das classes AB e 17,68% da classe C.

2.6 O CRITÉRIO BRASIL

O CCEB (Critério de Classificação Econômica Brasil) é um critério adotado pelos institutos de pesquisa, reunidos na ABEP⁴⁶ (Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa) com base na posse de bens e serviços e grau de instrução do chefe da família. Sua função é estimar o poder de compra das pessoas e famílias, sem pretensão de classificar a população em termos de classes sociais. Assim determina as classes econômicas. O Critério Brasil é atualizado e a nova versão entrou em vigor em primeiro de janeiro de 2015.

⁴⁶ <http://www.abep.com.br>. Acesso em 16 de março de 2013.

Portanto, o Critério Brasil, ou qualquer outro critério econômico, não pode ser utilizado como única fonte para pesquisas qualitativas, mas sim como mais um dado a ser considerado e comparado a outros aspectos como comportamento de compra, preferências e interesses.

O critério adota sistema de pontos para os bens, serviços e escolaridade. A combinação destes pontos estabelece faixas que são identificadas com as classes econômicas A, B1, B2, C1, C2, DE. Na avaliação dos bens é considerado o limite de 4 itens de cada um dos 12 produtos, numa escala que vai de 0 a 14.

TABELA 19 POSSE DE BENS

Bens	0	1	2	3	4 ou +
Banheiro	0	3	7	10	14
empregada*	0	3	7	10	13
automóvel	0	3	5	8	11
microcomputador	0	3	6	8	11
lava louça	0	3	6	6	6
geladeira	0	2	3	5	5
freezer	0	2	4	6	6
lava roupa	0	2	4	6	6
DVD	0	1	3	4	6
Micro-ondas	0	2	4	4	4
Motocicleta	0	1	3	3	3
Secadora roupa	0	2	2	2	2

Fonte: IBOPE 2015

No grau de escolaridade é avaliado o chefe da família, numa escala de 0 a 7 pontos, o que pode ser uma dificuldade, já que muitas famílias são mantidas com a renda do casal e com escolaridades diferentes.

TABELA 20 GRAU DE INSTRUÇÃO DO CHEFE DA FAMÍLIA

Nível instrução	Pontuação
Analfabeto/ Fundamental 1 Incompleto	0
Fundamental 1 Completo / Fundamental 2 Incompleto	1
Fundamental 2 Completo/ Médio Incompleto	2
Médio Completo/ Superior Incompleto	4
Superior Completo	7

Fonte: IBOPE 2015

Os serviços avaliados são água encanada (4 pontos) e via pavimentada (2 pontos). As classes econômicas são definidas pela soma dos pontos dos bens, serviços e escolaridade.

TABELA 21 CORTES DO CRITÉRIO BRASIL

Classe	Pontuação
A1	45-100
B1	38-44
B2	29-37
C1	23-28
C2	17-22
DE	0-16

Fonte: IBOPE 2015

As mudanças na economia e na renda dos brasileiros levaram a ABEP a adotar algumas alterações no Critério Brasil, no sentido de melhorar a leitura dos resultados obtidos. Assim, com a redução da pobreza a classe E passou a representar um valor muito reduzido e, portanto a partir de 2015, passou a ser considerada juntamente com a classe D, formando a categoria DE, facilitando as estimativas e construção de amostras. Também em função do tamanho reduzido das classes A1 e A2 a renda média deste estrato deixou de ser divulgada, sendo considerada em conjunto de toda a classe A.

A mudança incluiu também os critérios de água encanada e rua pavimentada e os bens microcomputador, lava louça, micro-ondas, motocicleta e secadora de roupa. Deixaram de ser considerados tv em cores, rádio e videocassete, produtos em desuso. A pontuação também foi alterada para cada item. As alterações foram sugeridas pelo estudo da FEA (Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade) da USP (Universidade de São Paulo) e da Duke University, dos EUA para absorver os impactos da nova classe média⁴⁷.

Outra mudança no critério é a adoção da Pesquisa de Orçamento Familiar (POF) feita pelo IBGE em todo o país, incluindo 62 mil domicílios em regiões metropolitanas, urbana e rural. Anteriormente tomava como base de dados somente a pesquisa em nove regiões metropolitanas.

Desta forma, o Critério Brasil estabelece que a classe C representa 47,5% da população, a classe A 2,7%; a classe B, 23,1% e as classes DE, 26,6%.

TABELA 22 CLASSES ECONÔMICAS PELO CRITÉRIO BRASIL %

Classe	Brasil	Sudeste	Sul	Nordeste	Centro oeste	Norte
A	2,7	37,3	3,2	1,1	3,7	1,5
B1	5,0	7,0	6,3	2,1	5,7	2,5
B2	18,1	22,7	21,3	10,2	20,3	11,2
C1	22,9	27,3	29	14,9	22,6	14,4
C2	24,6	23,9	24,5	24,5	25,9	28,2
DE	26,6	15,9	15,6	47,2	21,8	42,1

Fonte: IBOPE 2015

⁴⁷ Estudo desenvolvido pelos professores José Afonso Mazzon da FEA e Wagner Kamakura da *Duke University*, publicado na edição especial sobre mercados emergentes do *International Journal of Research in Marketing*, em 2013, premiado pelo *Marketing Science Institute* como o melhor *paper* da edição, durante a 42ª Reunião da Associação Europeia de Marketing (EMAC), em junho de 2013, em Istambul, Turquia. A pesquisa foi transformada no livro “Estratificação socioeconômica e consumo no Brasil”, lançado em agosto de 2013, pela editora Blucher.

Outra pesquisa do Instituto Datafolha⁴⁸ de 2013 estabeleceu que a divisão da população no Brasil neste ano era de 18% nas classes AB, 58% na classe C e 24% nas classes DE. A pesquisa ainda distribuiu a população em renda e constatou que 66% das famílias continuam pobres e possuem renda de até R\$ 2.034,00.

TABELA 23 RENDA MENSAL DAS FAMÍLIAS

RENDA R\$	%
Até 1356	46%
De 1356 a 2034	20%
De 2034 a 3.390	16%
De 3.390 a 6780	9%
De 6780 a 13.560	4%
De 13.560 a 33.900	1%

Fonte: Datafolha / novembro 2013

2.7 A CONQUISTA DA VISIBILIDADE

A classe C deixou de ser invisível depois que se constituiu no maior mercado do país e na maior força consumidora da sociedade brasileira, representando um contingente de cerca de 94 milhões de pessoas, sendo 32 milhões de novos brasileiros que entraram no mercado consumidor nos últimos 10 anos (CPS/FGV, 2009), num país de economia capitalista em desenvolvimento. Antes, ignorada pelo mercado e discriminada pelas classes superiores, a classe C assume a posição de protagonista e maioria de mercado com grande potencial de consumo, por representar mais da metade da população, em crescente expansão.

Entretanto, não foi somente a sua capacidade econômica e representatividade numérica que a fez ganhar visibilidade, mas também o seu poder de interferir na

⁴⁸ <http://datafolha.folha.uol.com.br/mercado/index.shtml>. Acesso em 16 de maio de 2015.

estrutura social e sua forma de estabelecer relações simbólicas e distintivas com as outras classes.

As características das classes sociais dependem não somente de sua posição diferencial na estrutura social, mas também de seu peso funcional nessa estrutura, peso proporcional à contribuição que elas trazem a constituição dessa estrutura e que não está ligada somente a sua importância numérica (BOURDIEU, 1974, p.63).

A classe C passou a ser tema de vários estudos na área acadêmica, econômica e também na comunicação de massa e protagonista de livros, pesquisas, campanhas de marketing, novelas, filmes e seriados. Antes um nicho, nasce um novo mercado direcionado para a classe C e seu potencial de novos consumidores de bens e símbolos. Existem setores da economia dirigidos para atender especialmente a classe em diversas áreas como vestuário, instituições financeiras, magazines, turismo, academias de ginástica, salões de beleza e planos de saúde.

A força do mercado desafiou até mesmo o preconceito da sociedade brasileira com os mais pobres, enraizado na cultura popular traduzido em ditados e provérbios como os indicados por Weitzel (2001), recolhido em pesquisa realizada na Zona da Mata de Minas Gerais. Os ditados se utilizam da retórica do humor e da sátira para estabelecer um determinismo, que nega a possibilidade da mobilidade social e ascensão e prega o conformismo de classe.

Alegria de mulher pobre é andar barriguda. Alegria de pobre dura pouco. Alegria de pobre é ganhar neném. Pobre é como cachimbo: só leva fumo. Pobre é igual parede só leva tinta. Pobre é igual prego: só leva martelada. Pobre não engorda: incha. Pobre, quando acha um ovo, é goro. Pobre, quando come galinha, um dos dois está doente. Pobre, quando mete a mão no bolso, tira só os cinco dedos. Pobre sempre arranja um jeito de visitar os outros na hora do grude. Pobre só anda de carro, quando vai preso. Pobre só come carne, quando morde a língua. Pobre só entra no banco para pagar a conta de luz. Pobre só come frango, quando joga de goleiro. Pobre só levanta a cabeça para ver avião. Pobre só morre de barriga cheia, quando morre afogado. Pobre só sai do aperto, quando desce do ônibus. Pobre só vai na frente, quando a polícia vai atrás. Pobre sujo é pobre duas vezes. Pobre vive é de teimoso. Quem nasceu para cangalha, não dá para sela. Quem nasceu para lagartixa, nunca chega a jacaré. Quem nasceu para ser soldado, nunca chega a coronel. Quem nasceu pra burro, nunca chega a carroceiro. Quem nunca comeu melado, quando come, se lambuza (WEITZEL,2001)

Na área econômica tem destaque as financeiras e representantes de crédito direto ao consumidor e consignados, além de cartões de crédito de bancos e rede de lojas. As próprias instituições financeiras públicas – CEF, Banco do Brasil e BNDES – desenvolvem produtos para a classe média, visando salários, FGTS, PIS e financiamento de pequenos empreendedores, além de oferecer crédito e consignado⁴⁹.

Além disto, as instituições públicas movimentam o antes estagnado mercado da construção civil com o programa Minha Casa Minha Vida⁵⁰, com 1,4 milhões de moradias entregues e 3 milhões contratadas, de 2009, quando o programa foi criado, até o final de 2015. Foram investidos R\$ 193 bilhões e beneficiadas 5,6 milhões de pessoas. Segundo o Ministério das Cidades⁵¹ o programa foi responsável por 32,1% do mercado da construção civil de moradias no ano de 2013. O Minha Casa Minha Vida substituiu o antigo BNH (Banco Nacional de Habitação) criado na década de 60 e extinto em 1986. Até 2009 não vigorou nenhuma política de moradia popular no país.

Grandes bancos estão abrindo agências em favelas como o Bradesco que tem 14 pontos em favelas no Rio de Janeiro e São Paulo, com 150 mil contas e o Santander,

⁴⁹ Empréstimo oferecido por bancos e financeiras, com pagamento indireto, descontado na folha de pagamento de pessoas físicas, com limite de até 72 prestações.

⁵⁰ Programa de moradia popular criado em 2009, que financia residências para famílias com renda bruta de até R\$ 1.600,00, através de financiamento pela Caixa Econômica Federal e recursos do PAC (Programa de Aceleração do Crescimento) e participação das Prefeituras.

⁵¹ <http://www.brasil.gov.br/infraestrutura/minha-casa-minha-vida>. Acesso em 24 de outubro de 2014.

com agências nas favelas do Alemão e Vila Cruzeiro, no Rio de Janeiro e Paraisópolis, em São Paulo. A Confederação Nacional de Empresas de Seguro (CNseg)⁵² calcula que 53% dos moradores de favelas possuem conta corrente ou poupança em bancos. Esta procura tem uma explicação, segundo Meireles, Athayde (2014) 12 milhões de brasileiros ou 6% da população do país moram em favelas, e se reunidos seriam o quinto maior estado brasileiro, com uma renda anual de R\$ 64,5 bilhões.

A classe C detêm 46,24% do poder de compra (NERI, 2009), superando as classes A e B (44,12%) e D e E (9,65%). De acordo com dados do instituto de pesquisa Data Popular⁵³, a classe C é responsável por 78% do que é comprado em supermercados, 60% das mulheres que vão a salões de beleza, 70% dos cartões de crédito no Brasil e 80% das pessoas que acessam a internet. E ainda 60% dos depósitos bancários de pessoas físicas são da classe C. Se somarmos à classe C, a D e E, este mercado chega a 87% da população, 53% da renda e 72% do consumo de bens e serviços no país.

Pesquisa do Datafolha⁵⁴ de 2010 também atestou que o potencial de compra da classe C chegou a 41%, contra 40% das classes AB e 19% das classes DE. A cesta de compras das classes CDE também cresceu em variedade de produtos. Na classe C foram acrescentados os itens de alimentos semi-prontos, suco a base de soja, sorvete, cereais e requeijão. Nas classes DE a cesta cresceu com leite em pó, absorvente, tempero, cremes e loções e creme de leite.

Esta classe que antes era considerada um nicho, passou a se constituir no grande mercado movimentando R\$ 1,21 trilhões (DATA POPULAR, 2014). Em 2010, o gasto com consumo da classe C chegou a R\$ 881 bilhões, segundo pesquisa do instituto Datafolha⁵⁵, contra R\$ 423 bilhões da classe A, R\$ 486 bilhões da classe B, R\$ 394 bilhões da classe D e R\$ 14 bilhões da classe E. Toda uma estratégia de marketing desenvolvida para ser dirigida para o topo da pirâmide teve de ser revista para atender este mercado e a transformação da pirâmide em losango. As organizações desenvolveram uma linguagem voltada para este novo mercado, para acabar com a distância entre o mundo corporativo e o universo do consumidor popular. O desafio é

⁵² <http://www.cnseg.org.br/cnseg/home.html>. Acesso em 10 de fevereiro de 2015.

⁵³ <http://www.datapopular.com.br>. Acesso em 12 de junho de 2012.

⁵⁴ <http://www.datafolha.folha.uol.com.br/mercado/index.shtml>. Acesso em 16 de maio de 2012.

⁵⁵ <http://datafolha.folha.uol.com.br/mercado/index.shtml>. Acesso em 16 de maio de 2012.

como vender sem infantilizar o consumidor, apesar de suas limitações de capital econômico e cultural.

Esta ascensão alterou até mesmo as estratégias de mercado e investimentos. A ideia de shopping para consumo das elites foi abandonada. O primeiro shopping center em favela vai ser instalado no Complexo do Alemão, no Rio de Janeiro, pacificado há dois anos, num investimento de R\$ 17 milhões. A iniciativa é um empreendimento da Favela Holding Shopping e da rede mineira de shoppings Uai, do empresário Elias Tergilene. O empreendimento terá 500 lojas, salas de cinema (com ingressos a R\$ 5,00), praça de alimentação e espaço com palco para shows. A diferença será no tamanho das lojas pequenas, em média com 15 metros quadrados, quando nos demais shoppings esta média é de 60 a 100 metros quadrados. Isto porque os construtores querem que 60% do espaço seja ocupado por pequenos empreendedores da comunidade. Para isto estuda-se a possibilidade do aluguel inicialmente ser convertido apenas em uma taxa de condomínio para membros da comunidade. Os demais espaços são para os ancoras: Chilli Beans, Camisaria Colombo, Lojas Americanas, Burger King e Boticário, já confirmadas.

“O objetivo é fazer a favela virar patrão. Não há paz social sem dinheiro no bolso. Temos que mudar a matriz econômica da favela. Se der certo no Alemão, vamos para o Brasil”, afirma o empresário Tergilene (O Globo, 12/02/2013, p.13). O projeto terá ainda apoio da Caixa Econômica Federal e do SEBRAE. Os funcionários administrativos e de apoio serão contratados na comunidade.

Esta nova demanda por consumo pode ser notada também no volume de investimento do mercado publicitário, dirigido principalmente aos produtos almejados por estes consumidores nos setores de alimentação, eletrodomésticos, turismo e veículo.

Pesquisa do Projeto Inter-meios⁵⁶, da Editora Meio e Mensagem aponta que em 2010, 30,9% do espaço dos jornais foi preenchido por publicidade, contra 69,1 de notícia. O investimento publicitário a preço de tabela em 2010 em jornais foi de R\$ 3.241.545.135. De todo o mercado publicitário os jornais levam 12,36% da verba, contra 7,5% das revistas, 62,93% da televisão, 4,18% do rádio e 4,64% da Internet.

Desde o ano de 2003, a rede de varejo em móveis e eletrodomésticos Casas Bahia é o maior anunciante em jornais do país. De acordo com pesquisa do Ibope

⁵⁶ www.projetointermeios.com.br/. Acesso em 21 de janeiro de 2012.

Monitor⁵⁷ de 2010, a rede investiu no ano R\$ 773 milhões e 500 mil, somente em jornais impressos. Os maiores anunciantes são do ramo de móveis e eletroeletrônicos, supermercados, veículos e o surpreendente setor de viagens e turismo. Nota-se um perfil diferenciado, onde não aparecem entre os maiores anunciantes, as cervejarias, que se concentram na televisão.

Observa-se que os maiores anunciantes são de setores onde o consumo foi impulsionado pelo crescimento da nova classe C, como no caso dos móveis e eletroeletrônicos (Casas Bahia, Ponto Frio); alimentação (Pão de Açúcar e Guanabara); viagens (CVC) e veículos (Fiat, GM, Kia, Hyundai).

TABELA 24 MAIORES ANUNCIANTES EM JORNAIS

Anunciante	Investimento (000s)
Casas Bahia	773.500
Hyundai Caoa	733.942
Grupo Pão de Açúcar	323.750
Ponto Frio	206.375
Fiat	181.347
General Motors	180.423
CVC	174.828
Supermercado Guanabara	174.045
KIA Motors	140.290
Kalunga	101.207

Fonte: Ibope Monitor

A emergência de uma nova classe média provocou reação do poder público que viu a necessidade de traçar novas políticas públicas para o setor, para atender esta nova demanda. A Subsecretaria de Ações Estratégicas (SSAE) da Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República (SAE/PR) e a Secretaria de Políticas Econômicas do Ministério da Fazenda promoveu, no dia 8 de agosto de 2011, em Brasília, o Seminário Políticas Públicas para a Nova Classe Média Brasileira.

⁵⁷ www.ibope.com.br. Acesso em 25 de janeiro de 2013.

No evento foi lançado o compêndio “Classe Média em Números”⁵⁸ com dados estatísticos sobre a classe média brasileira de 1999 a 2009, que apontam a ascensão de 30 milhões de brasileiros a esta classe.

Barros, Dieckmann (2011) apontam neste relatório, quatro fatores que permitiram a ascensão desta nova classe média, no entendimento do Governo Federal:

I) a criação de um sistema de proteção social (Bolsa Família, Benefício de Prestação Continuada, entre outros) com cobertura e generosidade crescentes; II) a retomada de um crescimento econômico espacialmente inclusivo, a conseqüente expansão do emprego e um aumento na produtividade do trabalho, com implicações favoráveis sobre a remuneração dos trabalhadores e o grau de formalização das relações de trabalho; III) diversos componentes da política social voltados à produção – notadamente a expansão do acesso ao crédito, o apoio às pequenas empresas e os aumentos no valor real do salário mínimo; e IV) mudanças nas características da força de trabalho – em particular, no seu crescente grau de escolarização.

Após o seminário, uma portaria⁵⁹ de setembro do mesmo ano, criou uma Comissão para Definição da Classe Média no Brasil, cujo relatório foi apresentado um ano depois e serve de subsídio para a elaboração das políticas públicas para o setor.

O reconhecimento desta nova classe média e o apontamento de suas causas como resultado de suas ações é aspecto importante para o governo federal, uma vez que se desenvolveu nos últimos 10 anos, abrangendo o período dos presidentes petistas Luís Ignácio Lula da Silva e Dilma Rousseff. Portanto operam como uma plataforma de governo e marketing eleitoral.

Entre as ações de proteção social o governo federal destaca a “Bolsa Família”, o programa “Minha Casa, Minha Vida”, de financiamento de moradia popular e mais recentemente o “Minha casa melhor”, que abre crédito de R\$ 5 mil, para compra de móveis e eletrodomésticos, num total de dez itens, em até 48 meses e juros de 5% ao

⁵⁸ Documento disponível em www.sae.gov.br/novaclassemedia. Acesso em 12 de junho de 2012.

⁵⁹ Portaria 62 de 27 de setembro de 2011, da Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República.

ano⁶⁰. Este programa incentiva o consumo das famílias atendidas pela moradia e também as redes de comércio popular, que já vinham desenvolvendo um marketing para este público. Os beneficiados pela moradia recebem um cartão de crédito para compra nas lojas credenciadas. O governo repassa o valor para os estabelecimentos comerciais e banca o financiamento.

Em Juiz de Fora, 32 estabelecimentos comerciais estão credenciados para a venda no cartão. Nas primeiras seis semanas do programa⁶¹, a Caixa Econômica Federal contabilizou R\$ 4,2 milhões em crédito, num total de 860 contratos, sendo que 780 estão na faixa de renda de até três salários mínimos, 76 na faixa de R\$ 1.600,00 a R\$ 5 mil e 4 na faixa de mais de R\$ 5 mil.

O governo reconhece, entretanto que, nem todas as pessoas puderam ascender, mesmo entre as que tiveram as mesmas chances. Neste sentido, as políticas públicas voltadas para a classe média devem investigar também por que estes trabalhadores não se beneficiaram com o crescimento econômico e os programas sociais.

Outro aspecto importante é que esta nova classe média inaugura uma nova relação com o consumo dos bens públicos avaliando e exigindo oferta e qualidade dos serviços públicos, obrigando os governos a níveis municipal, estadual e federal a melhorarem o seu desempenho.

Esta nova classe média provocou mudanças na distribuição de renda e consequentemente na forma de consumo, na poupança, na demanda por crédito e na oferta de mão de obra. O governo federal quer estudar quais as consequências destas mudanças para a economia e o desenvolvimento do país, principalmente na taxa de crescimento da economia e na produção industrial para atender este novo mercado consumidor.

A demanda pelos serviços públicos também está em mudança, assim como no entendimento do papel do estado pela classe média. O governo federal avalia se a classe média está disposta a pagar mais impostos em troca de serviços públicos de melhor qualidade e qual o seu grau de solidariedade para com as classes que continuam muito

⁶⁰ Programa criado em junho de 2013 e encerrado em dezembro de 2015, por falta de recurso. Foram beneficiadas 640 mil famílias e destinados R\$2,92 bilhões. Os itens possuem limite de valor como a TV (até R\$1.400), geladeira (R\$ 1.090), fogão (R\$599) e computador (R\$ 1150).

⁶¹ www.tribunademinas.com.br. Acesso em 24 de agosto de 2013.

pobres, no sentido de avaliar se está disposta a contribuir, sabendo que os recursos serão aplicados pelo estado preferencialmente nas classes mais pobres, a qual não pertence mais.

Também é necessário avaliar que tipo de política pública esta nova classe média espera. Uma política que lhe dê mais estabilidade, segurança e menor risco para manter o seu acesso à classe média ou uma política de risco, mas que lhe dê maior chance de ascender ao mundo dos ricos? A questão é definir qual a prioridade: expansão das oportunidades de ascensão social ou aperfeiçoamento das redes de proteção social para evitar a volta à pobreza?

O desafio das políticas públicas então é aprimorar o sistema de proteção social para evitar o retorno à pobreza, convencer a nova classe média de que a pobreza é remota, eliminando a sensação de insegurança e ainda permitir a ascensão. A grande dificuldade de uma política pública para a classe média é a sua heterogeneidade, o seu tamanho, a sua distribuição territorial e as diversas formas de inserção no mercado de trabalho, são empregados, pequenos empresários, comerciantes e autônomos. Corre-se o risco de uma política mal formulada atender somente um ou poucos setores.

Algumas ações são apontadas por Barros e Dickmann (2011). Para os trabalhadores sugerem a oferta de qualificação profissional, modernização da legislação trabalhista, redução da rotatividade no emprego e da duração do desemprego. Para os pequenos empresários e autônomos propõem acesso aos serviços produtivos como assistência técnica, acesso ao crédito e melhoria da qualidade da produção, como técnicas de comercialização e formação de cooperativas.

A emergência das classes populares também gerou outro resultado no mercado incentivando a criação e a atuação no país de empresas e negócios voltados para esta temática, introduzindo uma nova noção de investimento, o empreendedorismo social⁶², negócio social, negócio de impacto social ou negócio inclusivo. São empreendimentos rentáveis que usam solução de mercado para melhorar a vida das classes CDE. Oferecem serviços e produtos diretamente para as classes populares ou para outras

⁶² O jornal Folha de São Paulo e a Fundação Schwab (Suíça) promovem anualmente o Prêmio Empreendedor Social, desde o ano de 2004, tendo premiado 78 empreendedores, com mais de 2 mil participações de projetos.

empresas interessadas em atingir este mercado. Empresas tradicionais também podem criar braços de negócios sociais realizando atividades que geram lucro e ao mesmo tempo impacto na melhoria de vida destas pessoas. Estas empresas são chamadas de empresas BOP⁶³ que se dedicam à base da pirâmide, estimada em uma população mundial de 4,5 bilhões de pessoas, que vivem com menos de quatro dólares por dia.

Várias empresas surgiram neste ramo como Konkero⁶⁴ (portal de finanças pessoais dedicado às classes CDE); Plano CDE⁶⁵ (planos de negócio e pesquisas para empresas que querem investir em negócio social); Yunus Negócios Sociais do Brasil⁶⁶ (incubadora e Fundo de Investimento); Vox Capital⁶⁷ (negócio inovador para baixa renda), Artemisia⁶⁸ (negócios de impacto social); Bop Global⁶⁹ (assessoria para ONGS) e ICE⁷⁰ (Instituto de Cidadania Empresarial).

As próprias comunidades se organizam como a Redes da Maré, organização sem fins lucrativos que reúne moradores do Complexo da Maré, Rio de Janeiro⁷¹.

Dois institutos de pesquisas surgiram no mercado especializados em levantamentos sobre as classes populares. O Instituto Data Popular⁷² começou a funcionar em 2001 e tem como presidente Renato Meireles. A empresa presta consultoria para várias empresas como, por exemplo, Mastercard, Walmart, Carrefour, Magazine Luiza, Marisa, Grendene, Ambev e Unilever, numa demonstração de que estas empresas querem atingir o mercado da classe C.

O objetivo do instituto é “diminuir a distância entre as empresas e o universo de símbolos, sonhos e aspirações da população brasileira”, diz o site. O Data Popular faz sua apresentação da seguinte forma se referindo ao estilo de vida das classes populares.

⁶³ <http://www.bopglobalnetwork.org.br/conceito-de-bop>. Acesso em 06 de novembro de 2015.

⁶⁴ <https://www.konkero.com.br/>. Acesso em 06 de novembro de 2015.

⁶⁵ <http://planocde.com.br/negocios-sociais/>. Acesso em 06 de novembro de 2015.

⁶⁶ <http://www.yunusnegociossociais.com/>. Acesso em 06 de novembro de 2015.

⁶⁷ <http://www.voxcapital.com.br/> Empresa finalista do prêmio Beyond Banking do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) na categoria "Socially Responsible Investments". Acesso em 06 de novembro de 2015.

⁶⁸ <http://artemisia.org.br/>. Acesso em 6 de novembro de 2015.

⁶⁹ <http://www.bopglobalnetwork.org.br/iniciativas>. Empresa tem parceria com a FGV. Promoveu em novembro de 2013, o 1º Fórum Rede Global, em São Paulo. Acesso em 06 de novembro de 2015.

⁷⁰ <http://www.ice.org.br/historia.htm>. Acesso em 06 de novembro de 2015.

⁷¹ Entidade promoveu o primeiro Festival de Comida da Favela, em setembro e outubro de 2015, com apoio do Instituto Itaú Cultural.

⁷² www.datapopular.com.br. Acesso em 04 de setembro de 2012.

Bem-vindo ao mundo do carnê, do consórcio, do SPC. Bem-vindo ao mundo do metrô, do buzão, da lotação, da CBTU, do seminovo zerado. Bem-vindo ao mundo do vale-refeição, do PF e da marmita. Bem-vindo ao mundo do supletivo, da escola de cabeleireiro e do curso de computação. Bem-vindo ao mundo do celular pré-pago, da megasena. Bem-vindo ao mundo do trabalho informal, da pensão do INSS, do despertador pras 5, da mobilidade social. Bem-vindo ao mundo do Ratinho, Raul Gil, Bruno & Marrone, Banda Calypso, Calcinha Preta, MC Leozinho e da Rádio Tupi. Bem-vindo ao mundo do supermercado com a família, da cervejinha gelada, da macarronada com frango, do financiamento da Caixa. Bem-vindo ao mundo surpreendente da economia da base da pirâmide.

O Instituto Data Favela, que tem como presidente Celso Athayde, é apoiado pelo Data Popular, e tem como objetivo desenvolver ações que incrementem o chamado pela entidade de setor F, a economia social das favelas. O instituto realiza o Fórum Nova Favela ⁷³, que já teve duas edições, em 2013 e 2015. O trabalho mais expressivo da instituição é a Radiografia da Nova Favela Brasileira ⁷⁴ de 2013, que revela a existência de 11,7 milhões de pessoas morando em favelas, com renda média de R\$ 1.068,00 mensais e renda total anual de R\$ 63,2 bilhões. A renda na favela cresceu 54,7% passando de R\$ 603,00 em 2003, para R\$ 1.068,00, em 2013.

Segundo o estudo, 65% dos moradores das favelas são da classe C, 50% possuem computador, TV LCD e micro-ondas, 59% não possuem conta em banco, 65% não tem cartão de crédito, 85% possuem celular, 50% tem acesso à Internet e 41% tem acesso à internet móvel. Ainda segundo o estudo 94% se dizem felizes, 81% gostam do local onde moram, 66% não querem mudar e 62% tem orgulho do lugar. Meireles e Athayde (2014, p.27) afirmam que estes indivíduos criam “novos padrões de consumo, reinventam atividades econômicas e contribuem decisivamente para definir o perfil cultural do país dos emergentes”.

Também vários eventos foram realizados para abordar o tema como o Seminário de Políticas Públicas para a Nova Classe Média Brasileira (SAE/PR, 2011)⁷⁵; Semana

⁷³ <http://www.novafavelabrasileira.com.br/>. Acesso em 17 de maio de 2013.

⁷⁴ Pesquisa foi transformada no livro "Um país chamado favela", em 2014, com coautoria de Renato Meireles, diretor presidente do Data Popular.

⁷⁵ www.sae.gov.br/novaclassemedia. Acesso em 12 de junho de 2012.

Temática Nova Classe Média (Editora Abril, 2010); Fórum Nova Favela (Data Favela, 2013,2015); 1º Fórum Rede Global de Bop (Bop Global, 2013); Prêmio Empreendedor Social (Fundação Schwab, 2005 a 1025) e 1º Festival Comida de Favela (Rede Maré, 2015).

Esta predominância no mercado também influenciou a produção da cultura de massa como novelas, filmes e seriados, que passaram a ter como protagonistas representantes da classe C com uma nova perspectiva. As classes populares que antes eram representadas como coadjuvantes, empregadas domésticas e trabalhadores desqualificados, muitas vezes acompanhados de preconceito racial, passaram a ser protagonistas destas produções.

A visibilidade foi alcançada pelo poder de compra desta nova classe C. Assim, atender este público com produções dirigidas a seus interesses e que retratem sua ascensão e estilo de vida passou a ser uma estratégia de mercado. O problema é a qualidade desta visibilidade muitas vezes tratada como caricatura, preconceito e infantilização dos indivíduos, como pessoas ingênuas e sem capacidade intelectual ou emocional.

O gênero de telenovelas foi o setor que mais retratou esta transformação dos personagens em protagonistas com temáticas dirigidas para a ascensão social, como as produções de “Avenida Brasil (2012)⁷⁶, “Cheia de charme” (2012)⁷⁷, “Vidas em jogo” (2011)⁷⁸, “Salve Jorge (2012)⁷⁹, “I love Paraisópolis” (2015)⁸⁰ e “Babilônia” (2015)⁸¹. Outras produções como filmes e séries também abordaram o tema como o documentário “Família Braz dois tempos” (2011)⁸², “Tapas e beijos” (2011 a 2015)⁸³, “Subúrbia” (

⁷⁶ Novela da rede Globo exibida de março a outubro de 2012, de João Emanuel Carneiro.

⁷⁷ Novela da Rede Globo exibida de 16 de abril a 28 de setembro de 2012, de Filipe Miguel e Izabel de Oliveira, direção de Carlos Araújo.

⁷⁸ Novela da Rede Record exibida de maio de 2011 a abril de 2012, de Criatianne Fridman.

⁷⁹ Novela da Rede Globo escrita por Glória Perez e Malga Di Paula, com direção de Fred Mayrink e Marcos Schechtman, exibida desde 22 de outubro de 2012.

⁸⁰ Novela da Rede Globo exibida de maio a novembro de 2015, de Alcides Nogueira.

⁸¹ Novela da Rede Globo exibida de março a agosto de 2015, autoria de Gilberto Braga e João Ximenes Braga.

⁸² Documentário dos jornalistas Dorrit Harazim e Arthur Fontes, de 2011, relatando período de 10 anos de uma família em SP. Ganhou prêmio de melhor filme no Festival "É tudo Verdade".

⁸³ Seriado humorístico da rede Globo exibido de abril de 2011 a setembro de 2015, autoria de Claudia Paiva e Claudio Lisboa.

2012)⁸⁴, “Esquenta “(2011)⁸⁵, “A grande família”(2001 a 2014)⁸⁶ e “Chapa Quente” (2015)⁸⁷.

A mídia é mantida pelos patrocinadores e pelo mercado publicitário e a partir do momento em que a faixa intermediária passou a ser responsável pela maior parte do consumo, este mercado se voltou para este público. O mercado editorial da informação e a televisão aberta destinam hoje a maioria de seus produtos para a classe C. Num levantamento no mês de maio de 2015, na grade de programação das quatro maiores emissoras de canal aberto (Globo, Record, Bandeirantes e SBT) foi possível contabilizar um total de 42 programas com temáticos ou dirigidos às classes populares.

A editora Abril⁸⁸ (2012), por exemplo, é responsável por cinco revistas populares (Ana Maria, Sou mais eu, Viva, Minha Novela e Tititi), com uma tiragem de 749 mil exemplares semanais⁸⁹ e público estimado de 6 milhões de leitores⁹⁰ neste segmento, sendo 91% do sexo feminino. No telejornalismo é evidente a tendência ao sensacionalismo e a transformação dos fatos cotidianos em show da notícia. E no jornalismo impresso proliferam as edições tabloides com preços baixos entre R\$ 0,25 a R\$ 1,00.

Uma série de publicações, artigos, pesquisas e livros também chegaram ao mercado abordando a emergência de uma nova classe média. No período de 2008 a 2012 pode-se observar a formação de uma onda, com o pico no ano de 2012, com as pesquisas desenvolvidas por Marcelo Neri, no IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada) e principalmente no Centro de Políticas Públicas do IBRASE (Instituto Brasileiro de Economia) da FGV (Fundação Getúlio Vargas), ambos organismos governamentais, onde atuou como autor e coordenador de pesquisa.

⁸⁴ Minissérie de Luiz Fernando Carvalho e Paulo Lins exibida pela Rede Globo de Televisão de 1 a 16 de novembro de 2012. Retrata o dia a dia de dois jovens –Conceição e Cleiton- no Rio de Janeiro. Ela veio de Minas Gerais fugindo da pobreza dos fornos de carvão, eleita rainha do subúrbio e da bateria de uma escola de samba. Ele traficante que se recupera.

⁸⁵ Programa de auditório da Rede Globo de Televisão de temática popular apresentado por Regina Casé. Entrou no ar em janeiro de 2011. Criação de Hermano Vianna e Regina Casé.

⁸⁶ Seriado humorístico exibido pela Rede Globo, original de Oduvaldo Filho (1972/1975) recebeu uma nova roupagem em 2001 relatando a ascensão social de uma família, redator Claudio Paiva.

⁸⁷ Seriado humorístico Rede Globo, estreia em 09 de abril de 2015, com 25 episódios exibidos durante o ano, retrata comunidade de São Gonçalo, RJ.

⁸⁸ www.http.abril.net.com.br. Acesso em 04 de setembro de 2012.

⁸⁹ IVC abril/2012

⁹⁰ Projeção Brasil de Leitores/Estudos Marplan/EGM/2011

Para este levantamento, levou-se em consideração as publicações inéditas que discutiam exclusivamente o surgimento da nova classe média, contendo informações relevantes e inovadoras. Muitos outros documentos foram publicados neste período, repercutindo as primeiras, com base nestas publicações fundadoras, que abordaram o tema pela primeira vez.

QUADRO 1 PUBLICAÇÕES SOBRE A CLASSE C

TÍTULO	AUTOR	TIPO	ANO/EDITORAL/LOCAL
A nova classe média brasileira: desafios que representa para a formulação de políticas públicas.	BARROS, Ricardo; DIECKMAN N e outros.	Documento	2011, Brasília, SAE/PR
O mercado da base da pirâmide no Brasil	Data Popular	Documento	2008, São Paulo
É fundamental entender este novo consumidor.	Data Popular	Artigo revista	2012, São Paulo
Marketing para a base da pirâmide: modo de usar. .	Renato Meirelles	Artigo revista	2011, São Paulo
Relatório da Comissão para definição da classe média no Brasil	Ricardo Paes de Barros (coord.)	Relatório	2012, Brasília, SAE/PR
O papel da nova classe média na economia brasileira	José Flávio Messias	Artigo científico	2013, SP.
Um país chamado favela	Renato Meireles e Celso Athayde	Livro	2014, São Paulo.
A nova classe média	Marcelo Neri	Pesquisa	2008, Rio de Janeiro, CPS/FGV
Miséria e a nova classe	Marcelo Neri	Pesquisa	2008, Rio de Janeiro,

média na década da igualdade.	e Luisa Coutinho de Melo		CPS/FGV
Os emergentes dos emergentes: reflexões globais e ações locais para a nova classe média brasileira.	Marcelo Neri	Pesquisa	2008, Rio de Janeiro, CPS/FGV
A pequena grande década: crise, cenários e a nova classe média.	Marcelo Neri	Pesquisa	2010, Rio de Janeiro, CPS/FGV.
. De volta ao país do futuro: projeções, crise europeia e a nova classe média brasileira.	Marcelo Neri	Pesquisa	2012, Rio de Janeiro, CPS/FGV.
A nova classe média: lado brilhante dos pobres.	Marcelo Neri	Pesquisa	2012, Rio de Janeiro, CPS/FGV.
Consumidores, produtores e a nova classe média.	Marcelo Neri	Pesquisa	2009, Rio de Janeiro, CPS/FGV.
O atlas do bolso dos brasileiros.	Marcelo Neri	Pesquisa	2009, Rio de Janeiro, CPS/FGV.
Crônica da crise: ressaca e resiliência recentes.	Marcelo Neri	Pesquisa	2009, Rio de Janeiro, CPS/FGV.
Crônica de uma crise anunciada: choques externos e a nova classe média.	Marcelo Neri	Pesquisa	2009, Rio de Janeiro, CPS/FGV.
A década inclusiva (2001-2012): desigualdade, pobreza e políticas de	Marcelo Neri	Comunicado	2012, Brasília, IPEA.

renda.			
Superação da pobreza e a nova classe média no campo	Marcelo Neri	livro	2012, Rio de Janeiro, CPS/FGV
Nova classe média? O trabalho na base da pirâmide social brasileira.	Marcio Pochman	Livro	2012, São Paulo.
O mito da grande classe média: capitalismo e estrutura social.	Marco Pochman	Livro	2014, São Paulo.
Os batalhadores brasileiros: nova classe média ou nova classe trabalhadora.	Jessé Souza	Livro	2010, Belo Horizonte.
O Maior Fenômeno Sociológico do Brasil: a nova classe média	Rudá Ricci	Artigo site/blog	2010.
A nova classe média e a dialética do consumo	Paulo Ricardo Zelio Abdala	Artigo	2012, ANPAD
Mobilidade econômica e a ascensão da classe média latino – americana	Francisco H. G. Ferreira, Julian Messina, Jamele Rigolini, Luis-Felipe López-Calva, Maria Ana Lugo e Renos Vakis	Relatório	2013, Banco Mundial
Assuntos Estratégicos. Social e renda. A Classe média brasileira.	Marcelo Neri	documento	SAE, 2014, Brasília.
TOTAL	26		
LIVRO	5		
ARTIGO	5		
PESQUISA	10		
DOCUMENTO	3		
COMUNICADO	1		

RELATÓRIO	2	
------------------	---	--

*Publicações em formato documento, livro, artigo impresso e digital.

A onda de publicações acompanhou também o período de maior crescimento da classe média entre os anos de 2008 a 2012.

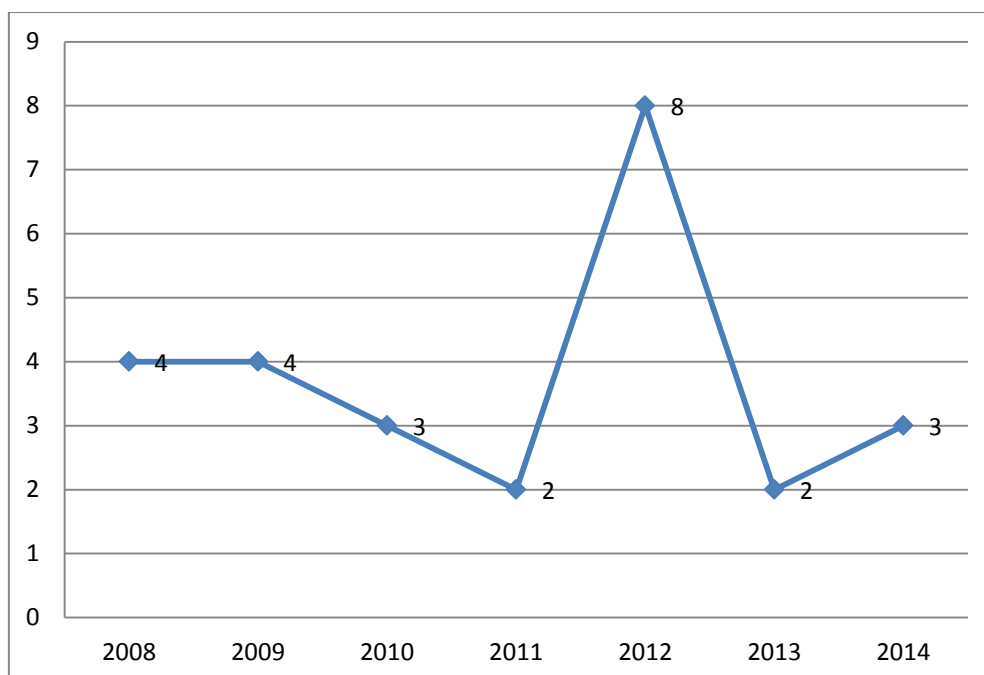


ILUSTRAÇÃO 13 ONDA DE PUBLICAÇÕES SOBRE A NOVA CLASSE MÉDIA

Fonte: pesquisa bibliográfica da autora (elaboração própria)

Este panorama econômico e conceitual é fundamental para compreender melhor as condições em que o fenômeno da ascensão social ocorreu e qual a posição da classe média e da nova classe média no país. A partir dos dados estatísticos e da discussão conceitual de classe média é possível pensar como ocorreu a ascensão entre o grupo estudado nesta pesquisa. As informações econômicas dão conta de um movimento de ascensão de uma grande camada da sociedade brasileira à faixa intermediária, que aliadas a outros conceitos podem traçar um perfil destes novos membros emergentes.

3 A FINA LINHA DIVISÓRIA DA ASCENSÃO

Este capítulo visa traçar a trajetória de vida dos entrevistados, marcando os principais acontecimentos ocorridos em suas vidas, a partir de destaques apontados pelos próprios entrevistados nos seus relatos. As trajetórias são construídas a partir dos dados colhidos nos depoimentos e também nos questionários, tornando assim o perfil mais completo, uma vez que nem todos os aspectos foram abordados nos depoimentos e só foram revelados no questionário. Os dois instrumentos de pesquisa se completam para formar este perfil.

Entretanto, para uma melhor visualização e efeito de comparação entre os personagens, buscou-se marcar alguns pontos comuns que foram transformadores e indicadores de uma ruptura com a situação anterior vivida. A linha do tempo é composta pelos campos do trabalho, educação, família e consumo de bens. O início da linha é marcado pelo primeiro emprego, destacando a entrada no mercado de trabalho e da vida produtiva economicamente, passando pelas trocas de emprego e funções. Os demais pontos são acontecimentos familiares, como casamento e nascimento de filhos; formaturas e compra de bens.

A trajetória destas famílias, apesar de apontar para uma ascensão social, também foi marcada por muitos momentos de dificuldades. Todos os entrevistados relatam as dificuldades por que passaram e os sacrifícios que tiveram de fazer para alcançar uma qualidade de vida melhor. As dificuldades são de várias naturezas como problemas de saúde, financeiros e familiares.

3.1 QUEM SÃO OS EMERGENTES

A faixa etária dos entrevistados varia de 30 a 52 anos revelando que a ascensão ocorreu preferencialmente em três faixas etárias: jovens e jovens adultos que puderam melhorar a escolaridade, entrar no mercado de trabalho em melhor posição e empreender no período de crescimento da economia e das oportunidades e maduros. Este período de oportunidades coincidiu com o início da vida adulta, saída da proteção

dos pais e liberdade na condução de suas vidas e ainda no período mais produtivo de suas vidas. No caso dos mais maduros, melhoraram sua posição no mercado de trabalho ou empreenderam. Os jovens puxaram a melhoria de vida para todo o grupo familiar, incluindo também pais e irmãos. Cinco entrevistados estão na faixa de 30 a 35 anos. Sete são do sexo feminino e quatro do sexo masculino.

É o que relata E4:

Todos os acontecimentos importantes da minha vida se deram nos últimos 15 anos. Muita coisa, casamento, filhos, faculdade, trabalho a entrada na vida adulta. Persistência é o principal motivo, mas o plano econômico ajudou bastante.

TABELA 25 IDADE

FAIXAS	N
30 a 35	5
36 a 40	1
41 a 49	4
+ 50	1
TOTAL	11

Seis entrevistados são casados, 4 (quarto) solteiros e um divorciado. Quatro entrevistados possuem filhos. E4 tem quatro filhos menores de idade, E5 um filho menor, E9 um filho menor e E10 dois filhos maiores de idade. As famílias são pequenas ao contrário dos pais que vieram de famílias mais numerosas.

Muitos entrevistados saíram de suas cidades de origem para buscar melhores condições de vida em Juiz de Fora, como trabalho e escolas, refletindo a vocação de cidade polo da região, que recebe moradores principalmente das cidades vizinhas. Nasceram em Juiz de Fora 7 (sete) entrevistados, quatro deles vieram das cidades de Sereno de Cataguases (E7), Carangola (E1), Santos Dumont (E4) e Mutum (10). Também durante suas vidas, os entrevistados migraram em busca de uma vida melhor-trabalho e estudo- para várias cidades e regiões como Rio de Janeiro, Palmas, Itajubá, Jequiri, Bicas, Viçosa e Três Corações.

Do total de entrevistados 9 (nove) deles possuem o ensino superior, um o ensino técnico e um o ensino fundamental incompleto, até a 7ª série. Quatro entrevistados cursaram pós-graduação.

TABELA 26 ESCOLARIDADE

	N
Ensino fundamental incompleto	1
Ensino médio/técnico completo	1
Superior completo	9
TOTAL	11
Pós-graduação completo	4

A percepção de classe social dos entrevistados é bastante dividida. Seis dos entrevistados acreditam que hoje pertencem à classe C ou média e 5 (cinco) acham que são classe D ou média baixa, ainda na faixa dos pobres, mas não muito pobres como a classe E. Alguns deles ficaram em dúvida ao responder à pergunta e acredito que muitos deles acabaram por escolher a classe C ou média, pensando no propósito da pesquisa. Um dos entrevistados E7 respondeu prontamente ser pobre da classe D, mas foi corrigido pela esposa que acompanhava a entrevista, que acredita pertencer à classe C ou média.

A renda também é bastante variada. A individual, ou seja, somente o salário do entrevistado, varia de 0,5 a 5 salários mínimos⁹¹, ou R\$ 440,00 a R\$ 4.400,00.

⁹¹ Salário mínimo vigente em janeiro de 2016.

TABELA 27 RENDA INDIVIDUAL - salários mínimos

FAIXAS	N
0,5	1
1	2
1,5	1
2,5	1
3	1
4	4
5	1
TOTAL	11

A renda familiar varia de 2(dois) a 7(sete) salários mínimos, ou R\$ 1.760,00 a R\$ 6.160,00.

TABELA 28 RENDA FAMILIAR - salários mínimos

FAIXAS	N
2	2
2,5	1
4	1
5	1
6	3
7	3
TOTAL	11

A renda per capita varia de 1 (um) a 4 (quatro) salários mínimos, ou R\$ 880,00 a R\$ 3.520,00.

TABELA 29 RENDA PER CAPITA - salários mínimos

FAIXAS	N
1	3
1,25	1
1,5	1
2,3	2
2,5	1
3	1
3,5	1
4	1
TOTAL	11

No item renda, entretanto, é importante observar que o número de pessoas na família deve ser considerado, uma vez que as necessidades de um número maior de indivíduos e também sua faixa etária são diferentes. A maior família dos entrevistados tem seis membros, dois adultos e quatro crianças, com uma renda familiar de 6 (seis) salários mínimos, portanto a per capita de 1 (um) salário está entre as mais baixas. As exigências e necessidades de uma família com filhos menores em idade escolar são muito maiores.

TABELA 30 RENDA POR ENTREVISTADO - em salário mínimo

	INDIVIDUAL	FAMILIAR	PER CAPITA
E1	4	4	4
E2	4	7	2,3
E3	1	5	1,25
E4	1,5	6	1
E5	4	7	2,3
E6	1	2	1
E7	4	6	3
E8	0,5	1,75	1,12
E9	5	7	2,3
E10	2,5	2,5	2,5
E11	3	6	1,5

Os entrevistados para esta pesquisa residem em varias regiões e bairros distintos da cidade de Juiz de Fora. Os entrevistados estão bastante ligados a seus bairros e suas regiões e mantém laços com suas comunidades. Mesmo em condições melhores de vida não mudam de bairro ou região. As mudanças ocorrem em virtude do trabalho, como aconteceu com dois entrevistados que se mudaram para outras cidades.



ILUSTRAÇÃO 14 LOCALIZAÇÃO DOS ENTREVISTADOS POR REGIÃO

Os entrevistados residem em regiões bastante populosas da cidade, em bairros com boa infraestrutura, saneamento básico e prestação de serviços, como bancos, casas lotéricas, supermercados e comércio. Dos 10(dez) bairros onde residem os entrevistados, 3(três)⁹² possuem também Unidade de Atenção Básica à Saúde. Entretanto, os demais, apesar de não terem uma unidade exclusiva são atendidos por postos de saúde nos bairros vizinhos que cobrem a região. As regiões dos entrevistados são atendidas por 2 (duas) UPAS (Unidades de Pronto Atendimento)⁹³. Este número, entretanto, não significa atendimento de boa qualidade.

⁹² Centro, Parque Guarani e Santa Cruz.

⁹³ Upa Regional Leste e Upa Benfica.

QUADRO 2 REGIÕES POPULACIONAIS DOS ENTREVISTADOS

ENTREVISTADO	BAIRRO	REGIÃO	POPULAÇÃO*
E1	Centro ⁹⁴	Centro	7525
E2	Santo Antônio	Sudeste	9303
E3	Costa carvalho	Sudeste	7669
E4	Granja Bethânia ⁹⁵	Nordeste	2809
E5	Santa Terezinha	Nordeste	9561
E6	Progresso	Leste	18.390
E7	Fabrica	Norte	3328
E8	Fábrica	Norte	3328
E9	Parque Guarani	Nordeste	10303
E10	Santa Cruz	Norte	15514
E11	Eldorado	Nordeste	6139

*Número se refere à população do bairro e do seu entorno nas respectivas regiões geográficas.
Fonte: <http://www.pjf.mg.gov.br/cidade/mapas/mapas.php>

3.2 AS TRAJETÓRIAS DE VIDA

Os entrevistados possuem diversas trajetórias de vida e ascensão e, portanto, julgou-se necessário traçar um perfil mais completo de cada um, para depois partir para a construção de uma visão geral do universo das pessoas pesquisadas, traçando os pontos de aproximação e distanciamento, divergência e confluência. Uma abordagem geral não seria capaz de indicar as peculiaridades de cada trajetória de forma detalhada e profunda, optando-se primeiramente pelo recorte para depois unir as trajetórias, partindo da vida privada para depois se chegar à trajetória de classe.

⁹⁴ Entrevistado se mudou para o Rio de Janeiro e reside em Copacabana

⁹⁵ Entrevistado retornou para sua cidade natal, Santos Dumont e reside no bairro Glória.

O que mais mudou na minha vida nos últimos anos com certeza, a estabilidade financeira. Venho de família pobre. Vencemos muitas batalhas para chegar onde estamos. Nada foi fácil para nós. Hoje, posso dizer que sou "rico", se comparar minha vida na infância. (E1, 34 anos).

O entrevistado E1, tem 34 anos, solteiro, nasceu na cidade de Carangola, Minas Gerais. A família é pequena formada pelo pai, mãe e dois filhos, sendo ele o mais velho. Os pais também são naturais de Carangola. O pai faleceu em 2015, tinha o ensino fundamental completo e trabalhou como pedreiro por toda a vida, estando aposentado quando faleceu. A mãe é analfabeta e trabalha como manicure e diarista e atualmente reside na cidade do Rio de Janeiro. O irmão mais novo tem o ensino médio completo, trabalha como escrevente de cartório no Rio de Janeiro, casado com dois filhos pequenos. Atualmente mora na cidade do Rio de Janeiro, onde trabalha como analista de comunicação. Religião espírita.

A família era muito pobre e se mudou várias vezes buscando uma melhoria financeira quando os filhos ainda eram pequenos. De Carangola se mudaram para Itaperuna (1989), no estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro (1991) e novamente Carangola (1993). E1 estudou em várias escolas neste período, pública e particular. O pré-escolar e primeira série em escola pública em Carangola, a 2ª e 3ª série em escola particular em Itaperuna no Rio de Janeiro, 4ª e 5ª série em escola particular no Rio de Janeiro, 6ª, 7ª, e 8ª série em escola pública em Carangola, 1º, 2º e 3º ano de magistério em Carangola.

O primeiro emprego foi aos 16 anos, em 1987, em Carangola, como agente comunitário de saúde e logo depois, aos 17 anos como cantor de baile e locutor. Atividades que desempenha até hoje como complementação de renda. Após terminar o ensino médio E1 se mudou para Juiz de Fora em 1999, para trabalhar e estudar. Iniciou três faculdades, mas concluiu uma. Em 2000 iniciou o curso de Pedagogia, mas não gostou e abandonou no primeiro semestre. Em 2001 iniciou o curso de Letras, em faculdade particular, mas não pode continuar porque não teve como pagar as mensalidades. Em 2008 iniciou a Faculdade de Jornalismo em escola particular e concluiu o curso no final de 2011. Fez uma pós-graduação também em faculdade particular.

Durante todo o período de estudos trabalhou como autônomo fazendo serviços de locução e cantando em bailes com uma banda. Trabalhou muito fazendo locução de ofertas na porta de lojas durante o dia e estudava a noite. A carreira de cantor começou em 1997, quando integrava uma banda na cidade de Carangola, Minas Gerais. Em 2002 passou a integrar a banda atual. Em 2004 cursou a Universidade de Música Popular Bituca, na cidade de Barbacena. Além de cantar é também bailarino.

Desde que se formou já passou por cinco empregos sempre na área de jornalismo, permanecendo menos de um ano em cada um deles, se estabelecendo definitivamente no Rio de Janeiro. Somente em um dos empregos foi demitido, nos outros optou por uma colocação com melhor remuneração. Junto ao trabalho formal atua como cantor em uma banda de bailes nos finais de semana.

O que mais mudou em sua vida nos últimos anos foi a estabilidade. “Venho de família pobre. Vencemos muitas batalhas para chegar onde estamos. Nada foi fácil para nós. Hoje, posso dizer que sou "rico", se comparar minha vida na infância”.

O acontecimento mais importante da sua vida foi ter concluído a faculdade, a pós-graduação e ter conseguido ingressar no mercado de trabalho na área em que se formou. Um sonho realizado foi em 2015, quando fez “a viagem dos meus sonhos, carnaval em Salvador/BA”. É fã da cantora Ivete Sangalo. Para o futuro pretende se desenvolver ainda mais profissionalmente, fazer mestrado e doutorado e um intercâmbio no exterior.

Atualmente, E1 divide um apartamento alugado de 30 metros quadrados com um amigo, faz musculação em uma academia e frequenta salão de beleza duas vezes ao mês. A renda é de 4 (quatro) salários mínimos. Não privilegia marcas, mas gosta de usar roupas Thommy, Moficer, Nike e Adidas. Tem plano de saúde empresarial. Utiliza muito as redes sociais e tem contas no facebook, linkedin e instagran. No campo do lazer vai ao cinema, shows e danceterias duas vezes ao mês. Viaja nas férias anuais para o nordeste e na televisão gosta de assistir telejornais, filmes, seriados e humorísticos. Assina uma revista semanal (Veja) e uma TV e compra jornal em banca uma vez por semana.

Sua preferência por local de compra é comércio de rua, seguido de *shopping Center*, galerias, supermercado, feiras e mercado de bairro. A preferência por pagamento é no cartão de débito, seguido do crédito a vista e parcelado. Não usa cheque

e nem crediário. Tem conta em banco e caderneta de poupança. Com relação à percepção de classe acredita pertencer à classe média ou C.

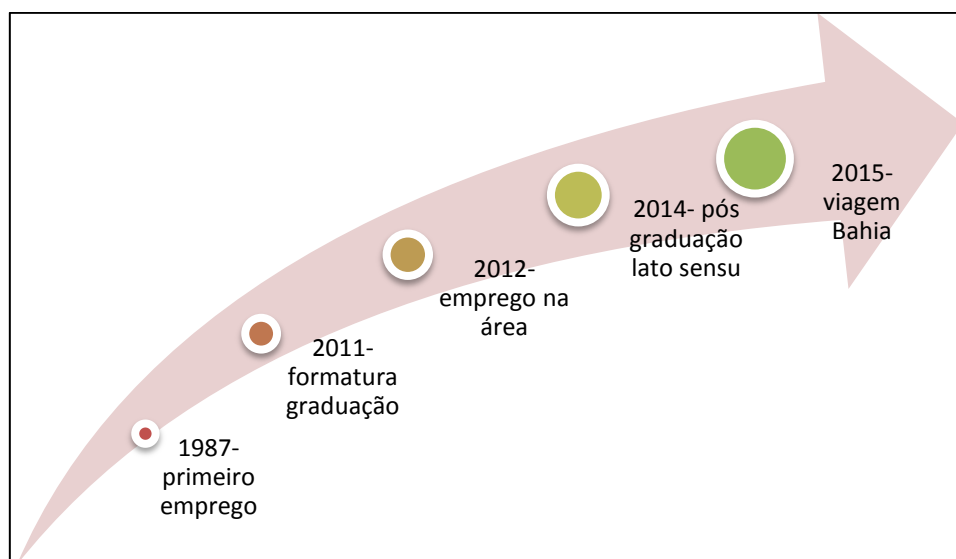


ILUSTRAÇÃO 15 LINHA DO TEMPO E1

Quando tinha 16 anos meu pai me deu um tênis e disse que era a última coisa que comprava para mim. Daqui pra frente teria de ganhar o meu próprio dinheiro. Usei o tênis até 19 anos. Isto foi bom porque aprendi a ganhar o meu próprio dinheiro. (E2, 30 anos)

O entrevistado E2, 30 anos, solteiro, é natural de Juiz de Fora de uma família composta por pai, mãe e três filhos. A família do pai é de Juiz de fora, mas a família da mãe é natural de São Paulo. Os pais possuem o segundo grau completo. A mãe trabalha como corretora de imóveis e o pai é caminhoneiro. Os dois irmãos possuem ensino médio completo. Somente ele tem curso superior de Comunicação Social, mas nunca exerceu a profissão. Ele e os irmãos sempre estudaram em escola pública. A Faculdade foi feita em instituição particular no período noturno. Religião evangélico.

O primeiro emprego, por volta dos 17 anos, foi de office boy e há 12 anos trabalha como cabelereiro e maquiador. Também atuou como bailarino por 8 anos. Com 17 anos foi trabalhar numa pousada em Porto Seguro, na Bahia. Trabalhou durante quatro meses e retornou a Juiz de Fora. Com o dinheiro que ganhou, pagou uma escola para terminar o terceiro ano do ensino médio. Aos 16 anos seu pai lhe deu um tênis e

disse que era a última coisa que compraria para ele. E2 lembra que usou o tênis até 19 anos.

Comprou o primeiro carro em 2006. Em 2007 entrou para a faculdade se formando em 2010. Nunca exerceu a profissão, porque já estava na atividade de cabelereiro e vinha se especializando no setor, preferindo investir nesta carreira. Mas destaca que o curso superior foi importante porque adicionou muitos conhecimentos que pode usar na sua atividade atual. Seu trabalho de conclusão de curso foi sobre consultoria de imagem.

Durante muitos anos trabalhou como cabeleireiro no salão de um irmão que tem a mesma profissão e de outros profissionais. Em maio de 2013, realizou seu sonho e montou o próprio negócio, no centro da cidade, um salão de beleza, onde desenvolve um novo conceito de consultoria de imagem oferecendo serviços de cabelereiro unissex, maquiagem e acompanhamento de noivas, debutantes e formandos. Presta serviço no próprio salão e nas residências, inclusive em cidades vizinhas. Em 2014, quando o salão completou um ano de funcionamento, realizou a primeira reforma modernizando o espaço. Os clientes marcam seus horários e são atendidos individualmente, sem atrasos e esperas. O salão é pequeno, com uma bancada para duas pessoas, mas bem decorado e confortável, com ar condicionado. Também gosta de fotografia. O salão tem uma página no facebook onde ele posta fotos e vídeos de suas produções. Frequenta feiras e cursos constantemente.

O entrevistado diz que todas as grandes realizações ocorreram nos últimos 10 anos, quando se formou, comprou o primeiro carro, e abriu seu próprio negócio. O pai tem um carro Santana 2000. Também passou a viajar nas férias. “Minha vida mudou bastante para melhor uma mistura de mudança econômica, estudo e muito trabalho. Nunca utilizei nenhum programa governamental”. Seu objetivo agora é comprar um apartamento. Ainda mora com os pais na mesma casa onde foi criado. No futuro, pretende se mudar para o exterior. Por enquanto, pretende viajar para os EUA, para comprar maquiagem profissional.

E2 mora com os pais em uma casa própria de oito cômodos, onde foi criado. A renda familiar é de 7 (sete) salários mínimos, a individual 4 (quatro) salários e a per capita de 2,3 mínimos. Frequenta salão de beleza três vezes ao mês e não tem nenhuma preferência de marca pessoal. Utiliza as redes sociais facebook, instagran e whatsapp. O local de compra preferido é supermercado, seguido de shopping center, internet, comércio de rua e galerias. A forma de pagamento principal é cartão de débito, crédito a

vista ou parcelado. Possui caderneta de poupança e aplica em um título de capitalização. Tem veículo Logan 2010. Viaja nas férias para Porto Seguro e visitar parentes em São Paulo, onde reside a família da mãe. Gosta de cinema três vezes ao mês. Assina duas revistas mensais (Casa Claudia e Arquitetura e Construção) e duas tvs (SKY e Net flix). Na televisão assiste na GNT Desafio da Beleza e os canais Discover Channel History Channel. Com relação à percepção de classe acredita ser classe D, média baixa.

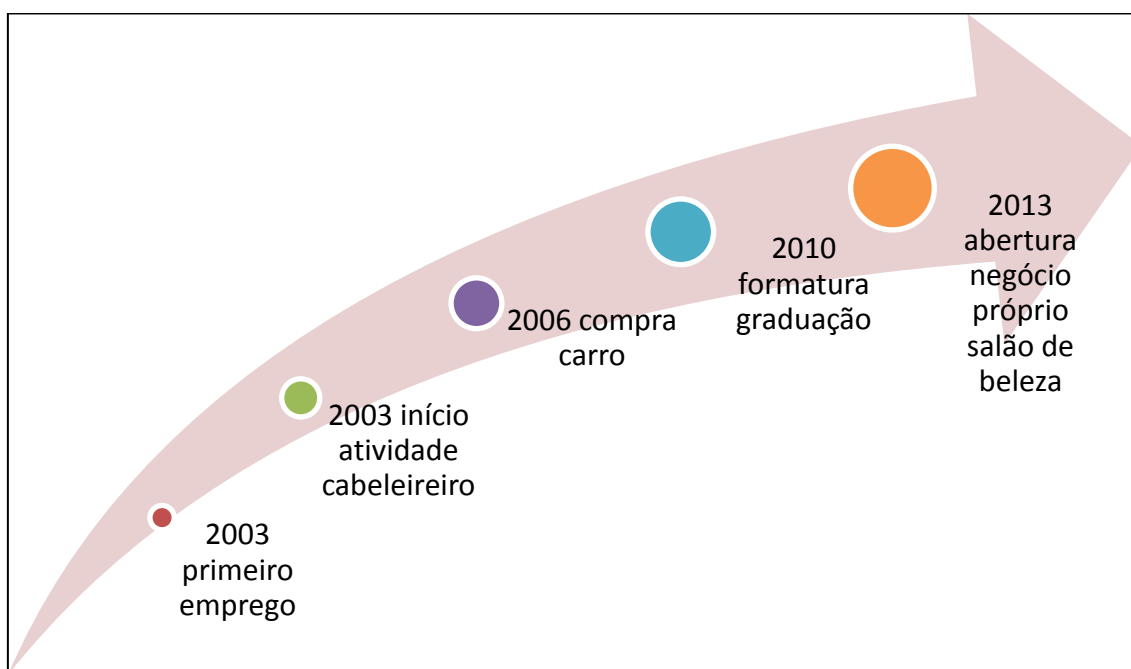


ILUSTRAÇÃO 16 LINHA DO TEMPO E2

Nesses últimos anos vi a renda da minha família oscilar muito, mas principalmente, oscilou as condições de usufruir da renda. Mais facilidade tivemos, mas mais dívidas também.(E3, 27 anos)

E3, 27 anos, mora com os pais e uma irmã em casa própria da família. Desde 2013 atua profissionalmente como dançarina de dança do ventre, atividade que nasceu inicialmente como lazer. Possui outros três irmãos. A mãe é cuidadora de idosos e o pai aposentado. Entre os entrevistados foi a que maior resistência apresentou no fornecimento de dados mais completos, apesar de concordar prontamente em ser entrevistada. Sua entrevista foi mantida pelo valor de sua trajetória para a pesquisa.

Formou-se em jornalismo em 2010, mas nunca exerceu a profissão. Trabalha como autônoma dando aula de dança do ventre em vários locais, como academias e centros culturais e faz apresentações artísticas de dança do ventre em eventos e todas as semanas em restaurante árabe. Também possui um site sobre dança, onde divulga eventos e informações sobre a atividade, no ar desde 2014.

A renda familiar é de 5 (cinco) salários mínimos, a individual é de um mínimo e a per capita é de 1,6 mínimos. Não tem preferência por marcas de roupas e vestuário e nem frequenta salão de beleza. Faz aulas de dança profissionalizante e yoga e procura uma vida mais natural, evitando alimentos industrializados e de origem animal. Utiliza muito as redes sociais facebook, instagran, google + e club alltogether. No lazer não tem atividades fixas, prefere leitura, cerca de 40 livros por ano. Os locais de compra preferidos são brechó, feiras, comércio de rua, internet, galerias, supermercado e shopping centers. A forma de pagamento preferida é cartão de débito, crédito a vista e parcelado. Religião espírita. Com relação à percepção de classe acredita pertencer à classe D, média baixa.

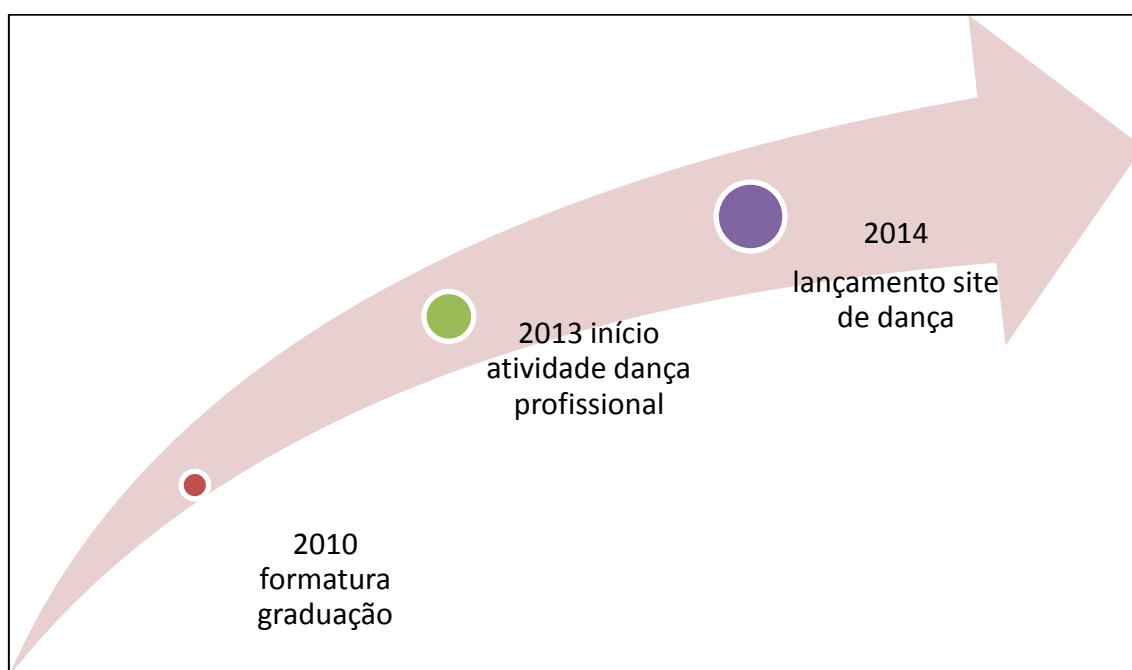


ILUSTRAÇÃO 17 LINHA DO TEMPO E3

Todos os acontecimentos importantes da minha vida se deram nos últimos anos. Muita coisa, casamento, filhos, faculdade, trabalho a entrada na vida adulta. Persistência é o principal motivo, mas o plano econômico ajudou bastante (E4, 33 anos).

A entrevistada E4, 33 anos, casada, é natural de Santos Dumont, tem 4 filhas, duas adolescentes e duas crianças. Atualmente trabalha em uma emissora de rádio na cidade de Santos Dumont. Os pais são de Santos Dumont e se mudaram para Juiz de Fora após o casamento, onde nasceu a entrevistada. A família depois retornou a Santos Dumont onde a entrevistada morou até os 18 anos. Tem uma irmã mais nova, especial, que teve sequelas do sarampo aos 8 meses de idade. A mãe não teve mais filhos para cuidar da irmã doente. O marido “é músico por vocação, mas ferroviário por profissão”.

A entrevistada é católica praticante e tem intensa atuação na paróquia que frequenta. Tem posições bastante definidas com relação a temas que envolvem a fé religiosa, como a defesa de uma educação religiosa rigorosa, o uso de véu para as mulheres nas missas, o costume de rezar o terço, a Missa Tridentina em latim e a condenação do aborto mesmo em casos de estupros, da educação sexual e de gênero nas escolas, do sexo antes do casamento e de métodos não naturais de contracepção.

Os pais não terminaram o ensino fundamental. A mãe é dona de casa, mas fazia sobancelhas e unha para ajudar no orçamento doméstico. O pai foi serralheiro e ferroviário e aguarda o resultado de uma ação na Justiça para se aposentar, o que já tem 11 anos. Os pais são separados, mas a mãe cuida do ex-marido muito doente. Com problemas de saúde ele recebe o BPC (Benefício de Prestação Continuada)⁹⁶, previsto na LOAS (Lei Orgânica de Assistência Social)⁹⁷. A irmã deficiente também recebe o mesmo benefício. Com esta renda de dois salários mínimos a família se mantém. A mãe conseguiu terminar o ensino médio através do EJA (Ensino de Jovens e Adultos)⁹⁸ e tem o sonho de fazer um curso superior.

A entrevistada frequentou escola pública durante todo o ensino fundamental. No ensino médio frequentou duas escolas concomitante conseguindo dois certificados

⁹⁶ Benefício concedido no valor de um salário mínimo, para maiores de 65 anos de idade e deficientes, com famílias cuja renda seja inferior a ¼ do salário mínimo, previsto na LOAS (Lei Orgânica da Assistência Social, Lei 8742 de 7 de dezembro de 1993).

⁹⁷ Loas (Lei Orgânica da Assistência Social, Lei 8742 de 7 de dezembro de 1993) que prevê o BPC (Benefício de Prestação Continuada).

⁹⁸ Programa criado pelo Decreto 5478 de junho de 2005 que prevê ensino fundamental e médio para estudantes fora da faixa etária nas escolas públicas e também particulares através de convênio.

médios, técnico em enfermagem e técnico em processamento de dados. Com 27 anos, conseguiu uma bolsa pelo PROUNI e cursou a faculdade particular de jornalismo, em 2009. Fez um curso de especialização em Cinema, Tv e Mídias Digitais na UFJF, em 2011. O primeiro emprego na área depois de formada foi em 2010. Atualmente trabalha como radialista numa emissora da cidade de Santos Dumont. Durante a infância, até os sete anos foi muito doente, tinha disritmia e fazia uso de remédios controlado, com muitas crises.

Seu primeiro emprego foi aos 18 anos como auxiliar de escritório na APAE de Santos Dumont, onde havia feito estágio para o curso de Técnico em Processamento de Dados. A entrevistada ficou grávida de sua primeira filha aos 18 anos, ganhava salário mínimo e seu namorado nem emprego tinha. Depois conseguiu uma colocação como Fusileiro Naval e se mudaram para o Rio de Janeiro. O salário de recruta era baixo e ela trabalhou como auxiliar de escritório. O casamento só foi realizado muito tempo depois quando estavam de volta a Minas Gerais, em 2006.

De volta a Minas, trabalhou como instrutora de informática. Com o início da faculdade em Juiz de Fora, em 2006, passou a trabalhar meio expediente como instrutora de informática em um cursinho e meio expediente em uma emissora de rádio. Deixou os dois empregos para trabalhar em outro curso de informática. Em seguida conseguiu um estágio em uma emissora de televisão e teve de deixar o emprego.

A entrevistada é filiada ao Partido dos Trabalhadores desde 1997, portanto há 18 anos e foi candidata pela primeira vez a vereadora na cidade de Santos Dumont nas eleições de 2012, mas não conseguiu se eleger. Pretende ser candidata em 2016 novamente. Atividade que teve muita influência de seu trabalho na emissora de radio onde apresenta um programa.

Nos últimos anos muita coisa mudou em sua vida curso superior, emprego qualificado, casamento, filhos, compra do primeiro carro (Tempra) em 2006 e do segundo (Spin) em 2014, construção da casa própria que ficou pronta em 2012. A entrevistada acha que o motivo da melhoria de vida foi a persistência, mas a “estabilidade econômica ajudou bastante”.

Seus planos para o futuro são fazer mestrado, lecionar em faculdade e cuidar do estudo das filhas e também do marido. Também quer fazer a sua primeira viagem internacional em 2016, a Polônia, para participar da Jornada Mundial da Juventude e visitar os campos de concentração. A entrevistada é católica atuante. Outro plano que se iniciou durante esta pesquisa foi o desejo de escrever um livro, tarefa que se iniciou em

novembro de 2015, com a tema maternidade. Pretende contar a sua experiência e de outras mulheres com os filhos.

E4 mora em casa própria com 100 metros quadrados e 2 banheiros, com o marido e quatro filhas, construída durante um ano. A renda familiar é de 6 salários mínimos, a individual de 1,5 mínimos e a per capita um salário mínimo. A família tem plano de saúde empresarial. Frequenta salão de beleza duas vezes ao mês e pratica ciclismo como atividade física. Não tem preferência de marcas e pesquisa o preço. Usa com regularidade as redes sociais facebook, twitter, instagran, linkedin e whatsapp. Os locais de compra preferidos em ordem são internet, supermercado, comércio de rua, mercado de bairro, feira livre, galerias e shopping centers. As formas de pagamento preferidas são crédito parcelado, crédito a vista, débito, cheque, cheque pré-datado e crediário. Aplica em caderneta de poupança. Assina uma TV(Claro) e parabólica. Uma vez ao mês vai ao cinema. E nas férias vai a Cabo Frio, no Rio de Janeiro, há dois anos (2014, 2015). Programa preferido da família é rodízio de massas. Com relação à percepção de classe acredita pertencer à classe C, média.

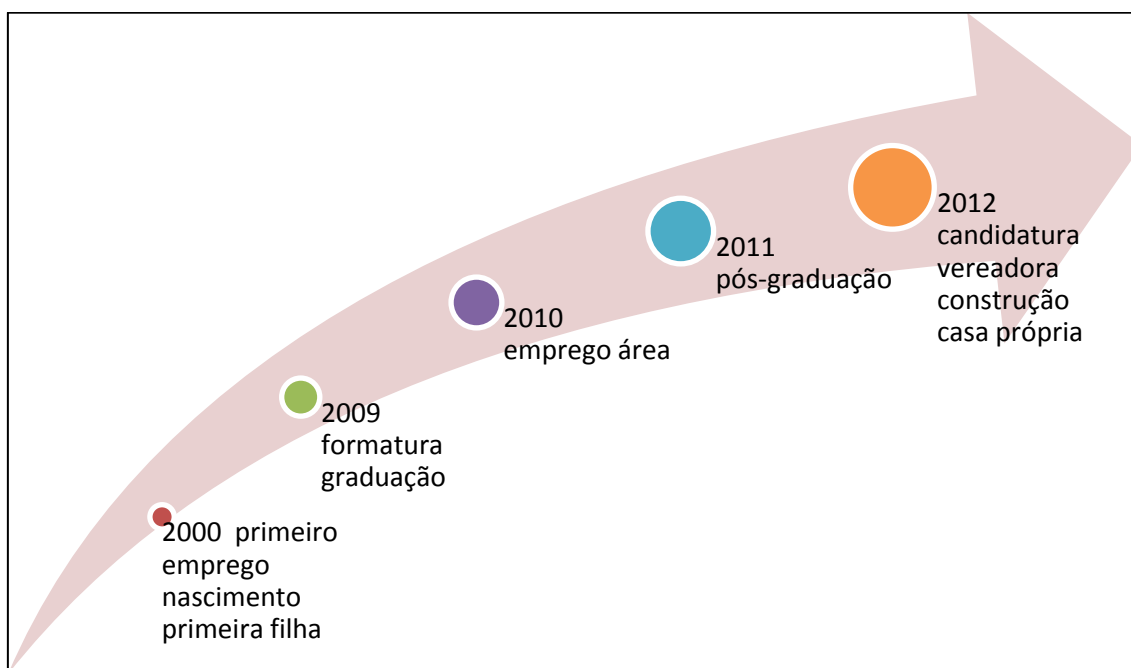


ILUSTRAÇÃO 18 LINHA DO TEMPO E4

Desde que conclui minha graduação minha situação financeira melhorou e também minha realização como pessoa. Pois a conquista do emprego e da independência financeira, além do aumento do capital intelectual, tornaram minha vida muito melhor (E5, 30 anos).

A entrevistada E5, 30 anos, casada, uma filha recém-nascida⁹⁹, natural de Juiz de Fora trabalha atualmente como coordenadora de comunicação e marketing num hospital. A mãe é nordestina e o pai mineiro. Os pais estudaram até a quarta série do ensino fundamental. A mãe é dona de casa e o pai aposentado, após trabalhar como porteiro, pedreiro e conserto de aparelhos de rádio e televisão. E5 é a filha caçula e única mulher de um total de quatro filhos. Coursou o ensino fundamental e médio em escola pública e graduação em faculdade particular de comunicação social, concluída em 2008. Fez também especialização na UFJF, em 2011.

Seu primeiro emprego foi aos 15 anos de idade como auxiliar de um consultório odontológico, em 2000. Casou-se com 19 anos, em 2004 e teve a primeira filha em 2015. Junto com o marido comprou um apartamento financiado de 50 metros quadrados em 2005. Em 2005 ingressou na faculdade e em 2011 num curso de especialização em universidade federal.

Durante a faculdade trabalhava como secretária para pagar as mensalidades e o marido como técnico administrativo. Ganhavam pouco e os dois faziam faculdade com muita dificuldade. A situação se agravou quando E5 foi obrigada a assumir uma dívida de empréstimo de um irmão. Ela era avalista. A partir daí não conseguiu mais pagar as mensalidades em dia da faculdade. Perdia o desconto da pontualidade e a dívida só aumentava a cada semestre. Ficava todo o semestre sem pagar as mensalidades e só pagava no momento da próxima matrícula. Estava sempre com um semestre atrasado. Emitiu vários cheques que voltaram, renegociou a dívida até que a instituição não aceitou mais nenhuma forma de negociação, somente o pagamento a vista, em dinheiro, com juros. Juntou o dinheiro por um período, mas quando foi acertar, a dívida já estava maior devido à perda dos descontos de pontualidade e juros. Assim foi até o último semestre, quando não conseguiu acertar as mensalidades e por isto a instituição se negou a entregar o diploma. Recebeu apenas o histórico escolar e uma declaração de conclusão de curso.

⁹⁹ A filha nasceu em julho de 2015, durante a pesquisa.

Com o certificado de conclusão de curso conseguiu um emprego de assistente na área, mas com o passar do tempo a empresa pressionou pela apresentação do diploma. Foi então que decidiu recorrer à Justiça e entrou com pedido no Juizado de Pequenas Causas, conseguindo finalmente a expedição do diploma. Após alguns meses foi promovida de assistente para coordenadora de comunicação e marketing, cargo que ocupa atualmente.

A situação financeira do casal melhorou muito com o novo emprego. “Desde que conclui minha graduação minha situação financeira melhorou e também minha realização como pessoa. Pois a conquista do emprego e da independência financeira, além do aumento do capital intelectual, tornaram minha vida muito melhor.”

Em 2012, o marido foi aprovado num concurso público federal, aumentando ainda mais a renda da família. Em 2013, comprou o primeiro carro, um Celta 2003. Desde 2009, o casal faz uma viagem anual para a praia nas férias, no Espírito Santo, Guarapari. Desde 2010 contam com ajuda de uma diarista a cada 15 dias.

Os planos para o futuro são continuar progredindo profissionalmente e dar uma educação de qualidade para a filha com boas escolas.

E5 mora com o marido e a filha recém-nascida num apartamento financiado de 50 metros quadrados e um banheiro. A renda do casal é de 7 (sete) salários mínimos, a individual 4 salários mínimos e a per capita de 3,5 mínimos. Frequenta salão de beleza duas vezes ao mês e não tem preferência por marcas. Usa as redes sociais facebook, instagran e linkedin. Viaja todos os anos para a praia nas férias. Todas as semanas vai a bares e restaurantes. A cada seis meses vai a shows, a cada 4 meses ao cinema e a cada 3 meses ao teatro. Os programas de tv preferidos são os telejornais. Assina uma tv. Lê uma média de 6 livros por ano. Os locais de compra preferidos são internet, supermercado, comércio de rua, shopping centers, galerias, brechó e mercado de bairro. As formas de pagamento são cartão de crédito parcelado, a vista e cheque pré-datado. Com relação à percepção de classe acredita pertencer à classe c, média.

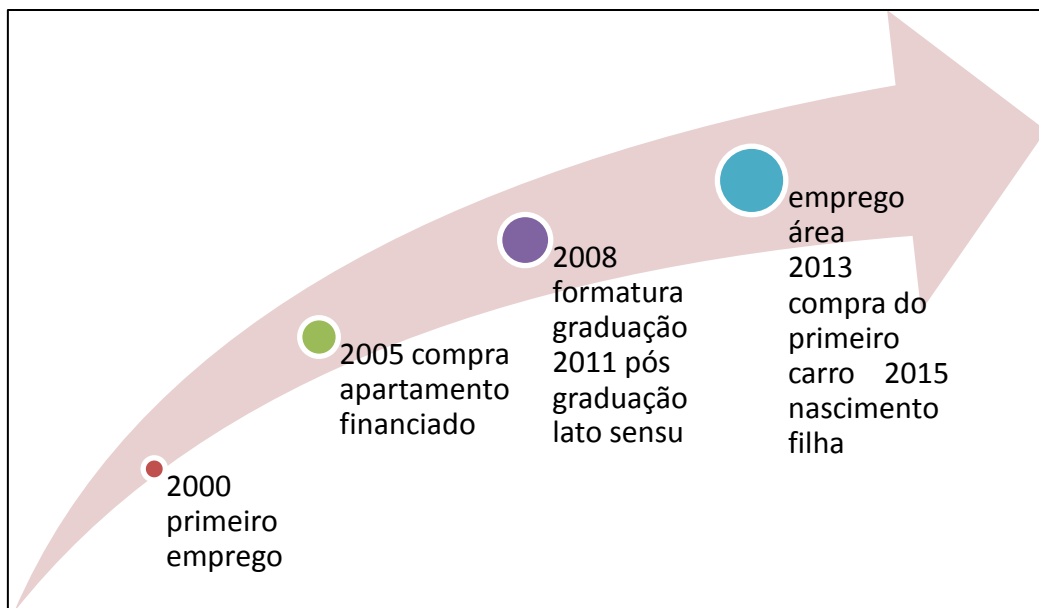


ILUSTRAÇÃO 19 LINHA DO TEMPO E5

Todos os planos e sonhos ruíram quando a doença entrou em minha porta. Descobri que estava com Insuficiência Renal Crônica. Meus rins haviam encolhido e não funcionariam sem auxílio terapêutico. Daí, a minha vida parou. Estou na fila para outro transplante... quem se habilita? (E6, 37 anos)

A entrevistada E6, 37 anos, aposentada, casada sem filhos é natural de Juiz de Fora. Tem curso superior, concluído após a aposentadoria. Os pais cursaram até a quarta série do ensino fundamental. A mãe é dona de casa e o pai é sapateiro e pastor evangélico. Tem uma irmã caçula com nível superior. O pai trabalhou como sapateiro até 1987 quando se tornou pastor e passou a ter uma renda melhor.

Estudou sempre em escola pública e se mudou muitas vezes de cidade em função da atividade do pai como pastor evangélico da Casa da Benção. Morou nas cidades de Itajubá, Jequiri, Bicas, Viçosa e Três Corações, até se fixar novamente em Juiz de Fora. Na Escola Polivalente de Três Corações teve aulas de técnicas agrícolas, culinária e laboratório. Formou-se em Técnico em Contabilidade aos 18 anos, em 1996. Estudou em escola pública até o ensino médio e aos 29 anos iniciou curso de graduação em faculdade particular, através do PROUNI, de 2007 a 2010, se formando em jornalismo.

Começou a trabalhar aos 12 anos de idade como babá e aos 15 anos conseguiu emprego de auxiliar em um escritório de contabilidade. Queria ter seu próprio dinheiro para ir morar nos Estados Unidos. Mas aos 22 anos descobriu que estava com insuficiência renal crônica e passou a fazer hemodiálise três vezes por semana. Durante quatro anos fez o tratamento por hemodiálise até o transplante renal realizado no dia 20 de janeiro de 2004. Seu pai foi o doador do rim. Também nesta época, em 2002, ganhou direito à aposentadoria devido à doença.

“Depois de quatro anos, pude viver um misto de sonho e esperança que perduraram por dez anos de liberdade. Fiz um transplante renal no dia 20 de janeiro de 2004. Meu pai foi o meu único doador compatível. Podia viajar pra onde quisesse e permanecer o quanto desejasse”.

Após a recuperação do transplante, E6 pode fazer o que mais gosta viajar. Tentou o vestibular na universidade federal por diversas vezes, mas não conseguiu ser aprovada. Fez o Enem e conseguiu uma bolsa pelo PROUNI, realizando seu sonho de fazer um curso superior. Durante a faculdade fez vários estágios.

Após a formatura trabalhou em vários serviços temporários, sem carteira assinada ou contrato, apesar de não poder ter carteira assinada devido à aposentadoria por doença. Trabalhou em uma emissora de rádio onde cobriu o funeral do ex-presidente Itamar Franco e desfiles de Carnaval. Com a graduação a renda melhorou, ainda que num sistema precário de trabalho, sem carteira assinada, garantias trabalhistas e em empresas de pequeno porte.

Com o rendimento da aposentadoria e do trabalho temporário fez várias viagens. Realizou o sonho de conhecer a Bahia. “Tinha um sonho de conhecer a Bahia. Minha vó dizia que éramos descendentes de índios e que a tribo vivia na Praia da Coroa Vermelha. Visitei toda tribo, conheci os costumes”. Foi duas vezes à Bahia em 2010 e 2012. Viajou também para Cabo Frio e Ibitipoca.

Casou-se em 22 de junho de 2011. O marido tem 25 anos, trabalha num supermercado e cursou até a 4ª série do ensino fundamental. Atualmente frequenta o EJA para concluir o ensino fundamental. E6 duvida que ele continue com os estudos e diz que o marido não tem ambição, mas respeita sua escolha.

Mas em agosto de 2014, novamente a doença renal voltou e E6 perdeu o transplante. O rim parou de funcionar e passou por várias internações. Em uma delas ficou por duas semanas na UTI em coma e devido a várias convulsões perdeu grande parte da audição. Após a internação, conseguiu através do SUS e por interferência de pastores e de um vereador, dois aparelhos auditivos. Teve muita dificuldade de adaptação. Pretende comprar um aparelho melhor que possa lhe dar mais segurança, uma vez que ainda tem dificuldade em se comunicar e realizar atividades como assistir aos telejornais. Em muitas situações prefere ficar sem o aparelho já que ele amplifica demais o som e produz um barulho que incomoda. Durante uma visita, a entrevistada solicitou que a pesquisadora utilizasse o aparelho por alguns minutos para sentir o incômodo.

Sua saúde se estabilizou e agora está novamente na fila para um novo transplante e faz diálise peritoneal durante a noite. Durante o dia pode realizar suas atividades normais, mas precisa estar em casa a noite para a diálise. Todo o tratamento e fornecimento do equipamento para a diálise em casa é fornecido pelo SUS. A família não tem plano de saúde. Sua vida tem limitações impostas pela doença como relata, por exemplo, não poder sair a noite, viajar, não ingerir líquidos e alguns tipos de alimentos. O esforço é para não voltar à hemodiálise realizada na clínica por longo período de tempo durante o dia.

A sua expectativa para o futuro é “recuperar a minha saúde, perdi o transplante no dia 30 de agosto de 2014, por isso tenho a minha liberdade tolhida, mas estou bem. Graças a Deus. Já tenho casa, sou bem casada, o governo me banca...” Outro sonho é realizar um cruzeiro pela costa do Brasil, uma viagem mais curta, que pretende realizar em 2016.

Apesar de todas as dificuldades impostas pela doença E6 acha que sua vida melhorou nos últimos anos, conseguiu a bolsa do PROUNI, concluiu o curso superior, se casou e construiu sua casa. O curso superior não melhorou muito a sua renda, porque não pode mais trabalhar, mas contribuiu muito para melhorar a sua autoestima. Também conseguiu comprar um carro financiado em três anos, um Gol 1995, no ano de 2013, mas teve de vender uns meses depois, por causa da doença. O carro estava parado e sua família a convenceu a vender. Ainda está pagando o financiamento que termina em

2016. E6 fez autoescola, mas não conseguiu passar no exame de direção. Durante o tempo em que ficou com o carro dirigiu sem carteira, sempre com medo de uma blitz.

E6 não frequenta salão de beleza e não tem preferência por nenhuma marca. Usa um telefone celular comum, acessa internet de notebook e usa as redes facebook e twitter.

Já praticou natação, mas por causa da diálise não pode mais realizar a atividade. Frequenta o clube do SESC, onde tem acesso por causa do trabalho do marido. Na televisão gosta de ver os telejornais, mas devido ao problema de audição tem se informado mais pela internet. Tem TV por assinatura.

Possui casa própria construída quando se casou. O pai cedeu uma parte do imóvel para que adaptasse. Assim construiu uma casa de cerca de 30 metros quadrados de quarto, sala, cozinha, banheiro, área e garagem. A irmã construiu em cima da casa dos pais. Possui três cartões de crédito diferentes e uma conta salário e uma poupança. A forma de pagamento preferida é cartão de crédito a vista, seguida de parcelado e débito. Os locais de compra mais frequentes são supermercado, mercado de bairro, atacarejo, feira livre, brechó e comércio de rua. A renda familiar é de 2 salários mínimos, a individual 1 salário e a per capita, 1 salário mínimo. Com relação à percepção de classe E6 acredita ser classe D, classe média baixa.

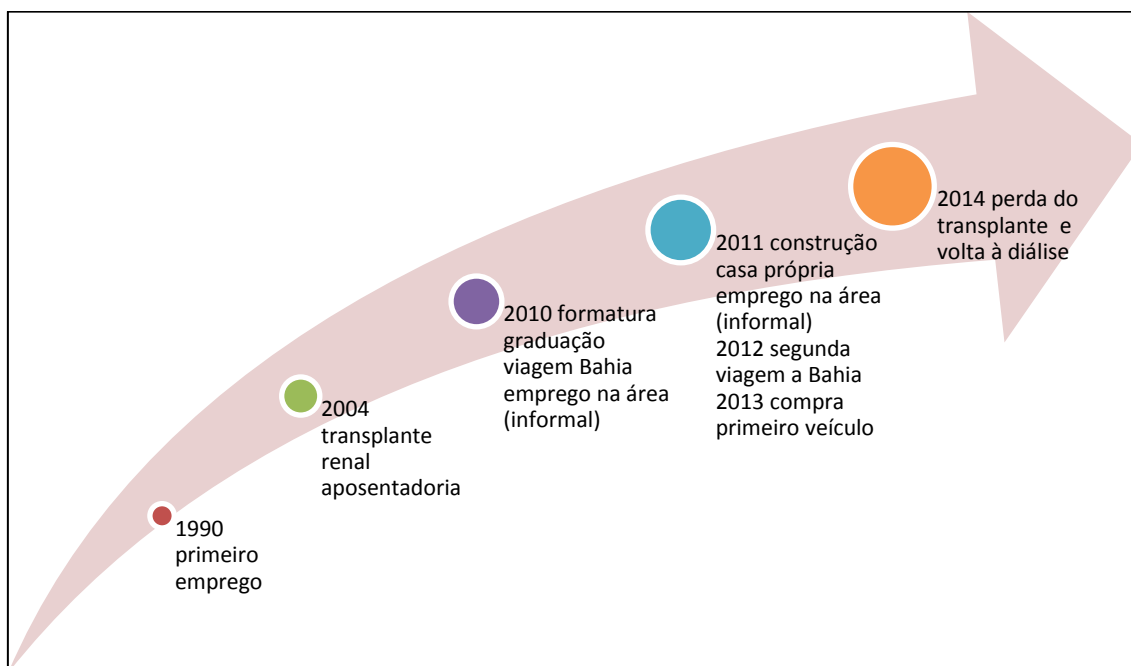


ILUSTRAÇÃO 20 LINHA DO TEMPO E6

A minha vida melhorou muito nos últimos anos, casamento, emprego melhor, salário maior, mais renda, construí minha casa”. Meus planos para o futuro agora é comprar uma chácara. Pra morar não. Roça pra morar é muito ruim. Deus me livre. Pra descansar, passar o fim de semana. E ficar milionário.... (E7, 47 anos)

E7, 47 anos, casado, sem filhos, agente socioeducativo, nasceu em Sereno de Cataguases, distrito da cidade de Cataguases. A mãe, separada do marido criou os seis filhos sozinha. A família se mudou para Juiz e Fora em 1978, quando tinha 10 anos de idade. Começou a trabalhar aos 13 anos numa metalúrgica para ajudar a mãe. Estudou até a oitava série, em escola pública, mas só concluiu o ensino médio e técnico em mecatrônica pelo SENAI, em 1999, quando tinha 32 anos. Três irmãos fizeram o ensino médio, um parou na 6ª série e outro nunca frequentou escola por ser portador de necessidades especiais. A mãe estudou até a 4ª série, mas depois de adulta completou o primeiro grau por causa do emprego. Ela é aposentada. Trabalhou como servente escolar.

Depois do primeiro emprego como metalúrgico aos 13 anos, E7 serviu o Exército, foi montador de lustre, e trabalhou num mercado e numa fábrica de detergente e novamente num mercado. Saiu para trabalhar na unidade da Mercedes Benz, como auxiliar de serviços gerais, em 1999. Ficou um ano nesta função e passou a ser motorista, quando concluiu o ensino médio e o técnico em mecatrônica, no SENAI, com desconto na mensalidade oferecido pela empresa.

Trabalhou na Mercedes até 2007 quando foi selecionado no Centro Socioeducativo Santa Lúcia e passou a exercer a função de agente socioeducativo, com salário muito melhor que o de motorista. Casou-se em 2009. A esposa é agente de trânsito desde 2008, tem curso superior de fisioterapia, mas não trabalha na área.

E7 diz que a vida melhorou muito nos últimos anos, casamento, emprego melhor, construção da casa própria, compra do primeiro carro (Corsa 2001), que depois foi trocado por outro mais novo (Fiat Uno 2011). O primeiro carro foi adquirido em 2011, financiado em dois anos e o segundo foi pago a vista, na troca. A casa própria foi construída em parte do terreno cedido pelo sogro e não está legalizada ainda. Tem 60 metros quadrados, quarto, sala, banheiro, cozinha e área de serviço. A garagem é dividida com o sogro.

Ele acha “que a política ajudou a melhorar a vida do pobre, o PT roubou, mas fez pelo pobre, ajudou o pobre”. Seu próximo objetivo é comprar uma chácara para passar os finais de semana.

E7 usa o plano de saúde do Ipsemg, mas a esposa tem plano particular porque ainda é dependente do pai. Todos os anos viaja nas férias para a praia junto com a família da esposa. Como lazer frequenta bares e restaurantes uma vez por semana e é sócio de um clube recreativo no bairro próximo onde moram. Também gosta de jogos na internet. Joga todos os dias no mínimo três horas. Tem conta em rede social, facebook e whatsapp, mas pouco usa. Não tem preferência por marcas e nem frequenta salão de beleza. A esposa corta seu cabelo em casa. Acha muito caro pagar 10 a 15 reais por um corte masculino.

Os locais de compra preferido da família são na ordem supermercado, mercado de bairro, atacarejo, internet e comércio de rua. Faz compra em maior quantidade, no atacado, junto com o sogro, reduzindo os custos. A forma de pagamento preferida é cartão de crédito parcelado. Não usa cheque. Tem conta em banco e caderneta de poupança.

Com relação à percepção de classe acha que é pobre e pertence à classe D, mas é corrigido pela esposa que acredita ser classe C, média.

A renda familiar é de 6 (seis) salários mínimos, a individual é de 4 (quatro) salários mínimos e a per capita é de 3 (três) salários mínimos.

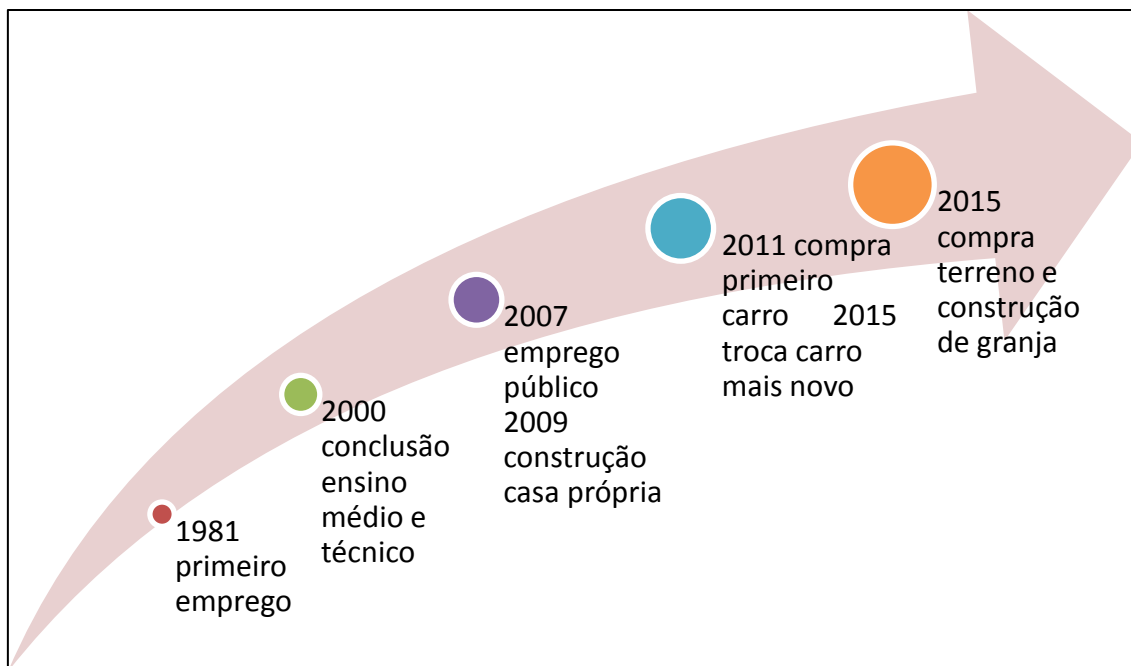


ILUSTRAÇÃO 21 LINHA DO TEMPO E7

Eu nunca tive carteira assinada. Agora não pode empregada doméstica tem de ter carteira, mas na minha época não tinha nada disso. Vou começar a pagar o INSS agora pra aposentar como dona de casa (E8, 43 anos).

E8, 43 anos, casada, sem filhos, evangélica, frequenta a Igreja Universal do Reino de Deus. Natural de Juiz de Fora. Estudou até a 7ª série do ensino fundamental. Parou de estudar quando a mãe faleceu e o pai não insistiu. O pai foi vendedor e motorista, a mãe dona de casa. O pai faleceu em 2006. Estudou em escola pública e uma escola da CNEC (Campanha Nacional das Escolas da Comunidade). Os pais possuíam o ensino fundamental incompleto. A mãe fazia bordados em casa para ajudar na renda. O marido estudou até a 8ª série, natural de Piedade, começou a trabalhar com 14 anos, com carteira assinada. Atualmente trabalha num mercado de bairro há mais de 10 anos para uma mesma família.

E8 começou a trabalhar com 14 anos numa malharia e depois como empregada doméstica, mas nunca teve a carteira assinada. Planeja começar a contribuir para a Previdência Social, para quando completar 15 anos de contribuição poder se aposentar. Casou-se em 1996 e desde então trabalha como diarista e acompanhante de idosos.

Acha que a vida melhorou muito nos últimos anos, reformou uma casa deixada pelos pais, que foi refeita, colocou laje, colunas, aterrou o piso, fez banheiro, copa e cozinha, trocou todas as portas e janelas, trocou todos os móveis. A reforma foi feita com economia, férias, 13º salário e PIS. Um indicador da melhoria foi a aceleração das obras. Antes uma vez ao ano, no mês de julho, no período de férias e nos últimos tempos duas vezes ao ano, em julho e em dezembro. A reforma ainda não foi concluída o que espera fazer até o final de 2015. Outro indicador de melhoria apontada é a facilidade em comprar com cartão sem a necessidade de comprovar renda e vínculo empregatício.

Para o futuro pretende terminar a reforma e comprar outra casa para alugar. O marido quer passear e viajar.

A família não tem plano de saúde, mas usa os convênios do sindicato do comércio, categoria a que está atrelado por conta do trabalho no mercado. Não frequenta salão de beleza, faz unha e pintura de cabelo em casa. Gosta de comprar roupas da CIA e da Havan. Tem smartphone onde acessa a Internet quando precisa. Não tem computador e usa o whatsapp. Uma vez ao ano visita os parentes da mãe no Rio de Janeiro e vai a excursão para a praia.

Mora em casa própria, herança do pai, que está reformando há 18 anos, com 100 metros quadrados, três quartos e um banheiro. Um segundo banheiro está em construção.

Gosta de ver novelas e os programas Fantástico, Encontro com Fátima Bernardes e BBB. Diz ser especialista em BBB. Frequenta uma piscina particular perto de casa que cobra entrada. Não assina revistas, nem jornal ou TV. Lê a Folha Universal distribuída na Igreja Universal do Reino de Deus, onde frequenta semanalmente.

Os locais preferidos de compras são em ordem supermercado, feira livre todas as semanas, catálogos Avon e Hermes, shopping center, “Galeria dos Pobres”¹⁰⁰ e comércio de rua. A forma de pagamento mais usada é cartão de crédito parcelado e à vista. Com relação à percepção de classe acha que é pobre, mas corrige e acha que é

¹⁰⁰ Galeria João Pedro Hallack, comerciante libanês que atuou no local por 30 anos, liga as ruas Marechal Deodoro da Fonseca e Mister Moore, de comércio popular de roupas infantis, lingerie, cosméticos e bares.

média, porque tem uma “boa casa” e o marido emprego fixo. A renda familiar é de 1,6 salários mínimos, a renda individual é de 0,5 mínimos e a per capita é de 0,8 mínimos.

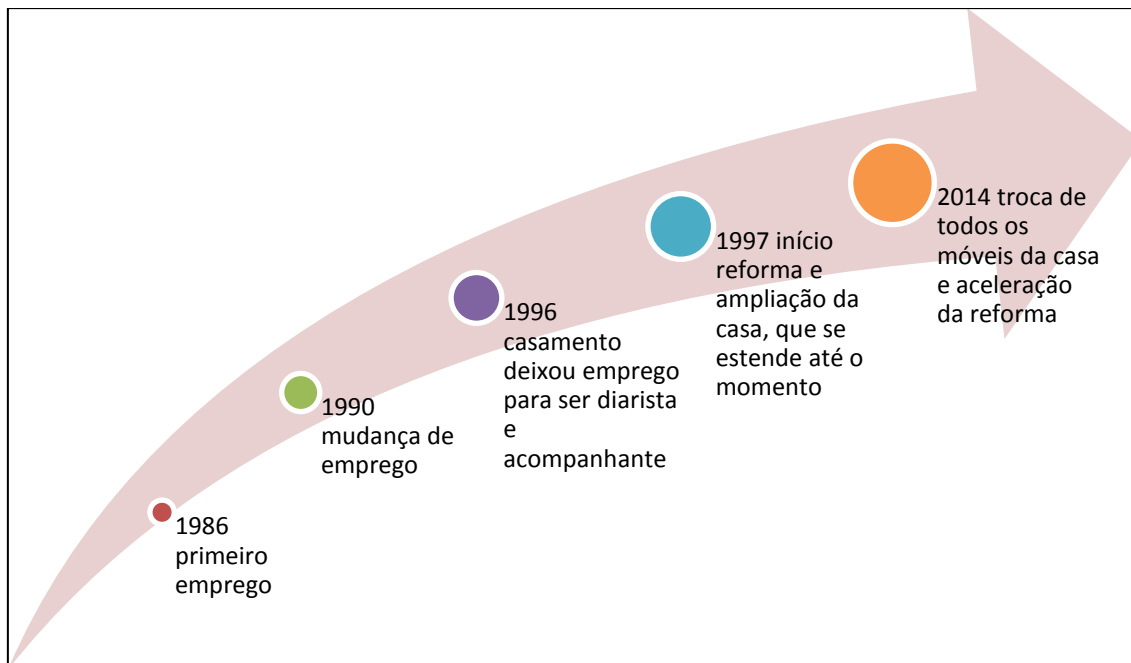


ILUSTRAÇÃO 22 LINHA DO TEMPO E8

Eu sempre mexi com esporte, mas sofria muito preconceito porque não era formado. Joguei futebol desde pequeno. Me formei em 2011. Aí as coisas começaram a melhorar. Não tinha mais o problema da formação. Ganhei mais dinheiro e ampliei as parcerias. Agora dou aula em quatro lugares (E9, 41 anos).

O entrevistado E9 é natural de Juiz de Fora, 41 anos, possui nível superior com graduação em Educação Física, casado há seis anos, evangélico da igreja Batista, uma filha recém-nascida. O pai já foi eletricitista, mas atualmente é autônomo e trabalha como “sacoleiro” e a mãe é cabeleireira, proprietária de um salão de beleza. O pai é do interior do Maranhão e a mãe de Juiz de Fora. Os pais cursaram o ensino médio completo. Possui três irmãos, sendo que um deles também tem nível superior, cursou Administração e os demais, ensino médio completo.

Cursou o ensino fundamental em escola pública estadual e terminou o ensino médio em cursinho particular. Cursou graduação em Educação Física em universidade particular. Só se formou no ensino superior aos 38 anos. Começou a trabalhar aos 20

anos de idade como treinador de futebol autônomo, depois de jogar desde adolescente como amador. Nunca teve outra atividade. Sempre trabalhou na área do esporte. Mas enfrentou muita dificuldade no mercado, porque não tinha curso superior. Atuava como treinador, mas não podia ser professor de educação física e nem ser contratado por escolas ou academias. Começou o curso em uma faculdade e depois se transferiu para outra instituição, atrasando o término do curso por conta da adaptação do currículo.

Após a conclusão da graduação em 2011, passou a ser considerado no meio esportivo e pode ampliar suas atividades. Atualmente é professor de futebol e futsal em quatro instituições diferentes: um clube esportivo, uma quadra particular e duas escolas particulares. Trabalha no sistema de parceria. Ele monta as escolinhas de futebol utilizando as instalações das instituições, que recebem um percentual sobre o lucro, que varia de acordo com o contrato. Todo o material, oco bolas, uniformes, cones pertence a ele. As mensalidades custam R\$ 48,00.¹⁰¹ Também organiza competições entre as escolas de futebol da cidade e da região. E9 diz que a carreira e a condição econômica melhoraram muito depois que conquistou o curso superior, agora sendo reconhecido e podendo trabalhar em diversos locais como escolas e academias de ginástica.

A situação financeira melhorou e pode fazer um plano de saúde particular e comprar um terreno, no início de 2015, num bairro afastado do centro, onde pretende construir uma loja no futuro, para quando não puder mais atuar como treinador. Ainda não comprou carro, preferiu investir no terreno. Já fez o exame de motorista seis vezes e não conseguiu ser aprovado.

A esposa também concluiu o ensino superior, se formou em Direito, em 2014, mas não exerce a profissão e trabalha no comércio. E9 já tentou que ela faça um concurso público, mas diz que ela não tem perfil de concurseira, precisa estudar muito e ela não gosta. Por causa do trabalho tem uma empregada doméstica para cuidar da filha.

E9 frequenta salão de beleza uma vez ao mês e a esposa todas as semanas. Ele também faz musculação em uma academia três vezes na semana e sauna uma vez ao mês. Por causa da atividade profissional precisa usar roupas de marcas esportivas, porque duram mais e oferecem mais conforto e segurança. Entre as preferidas estão Puma e Asics. Tem celular *smartphone* e usa as redes sociais *facebook* e *whatsapp*. Não

¹⁰¹ Valor cobrado em 2015.

tem computador em casa e acessa a internet do celular. Mora em imóvel alugado de cerca de 120 metros quadrados.

Viaja nas férias para a praia no Rio de Janeiro e vai ao cinema raramente, duas vezes ao ano e a shows a cada três meses. É sócio de um clube esportivo e gosta de frequentar bares e restaurantes uma vez por semana. Na televisão assiste telejornais, novela e programas humorísticos. Os locais de compra preferidos em ordem são supermercado, internet e comércio de rua. A forma de pagamento utilizada é cartão de crédito parcelado. Possui conta bancária, poupança, cartão de crédito e cheque especial.

A renda familiar é de 7 salários mínimos, a individual é de 5 salários e a per capita de 2,3 salários mínimos. Com relação à percepção de classe acredita ser classe média ou C.

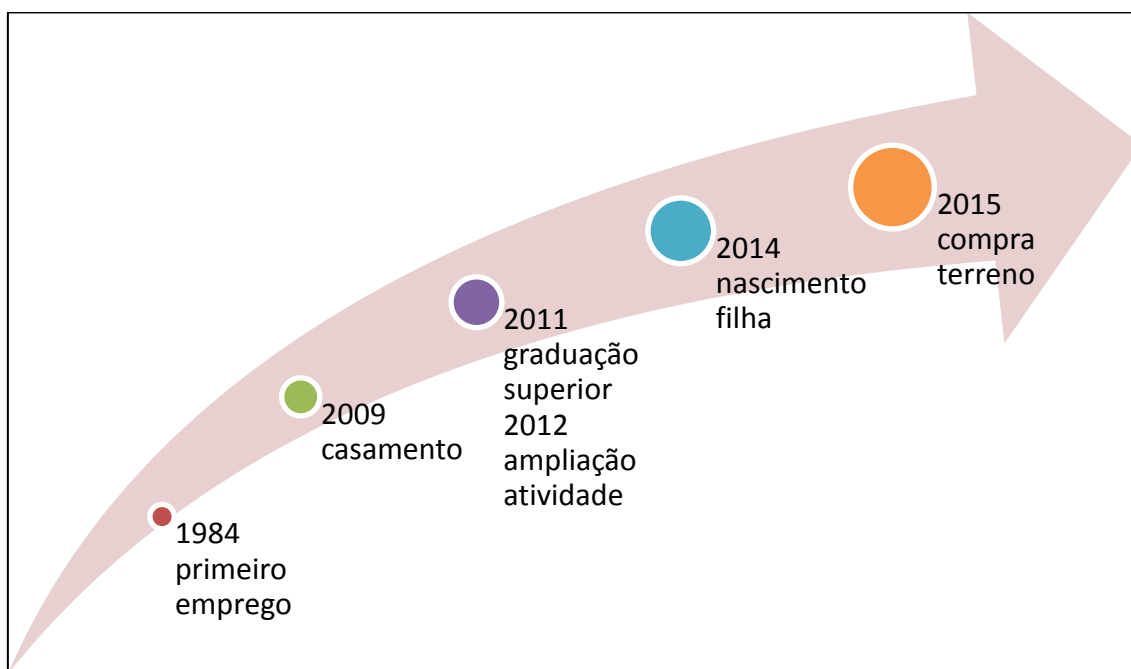


ILUSTRAÇÃO 23 LINHA DO TEMPO E9

Eu tinha 12 anos quando comecei a trabalhar. Aos 12 anos eu já me mantinha. Aos 12 anos minha mãe já não me dava roupas e calçados. Nos últimos 10 anos foram 10 anos de muita luta, trabalho, muito trabalho, pra mim formar os meus filhos foi muito trabalho (E10, 52 anos).

A entrevistada E10 nasceu na cidade de Mutum, na região de Rio Doce de Minas, tem 52 anos, divorciada, costureira autônoma, dona de um ateliê de costura e reparos em roupas. cursou faculdade de Serviço Social, se formando em 2013, mas nunca exerceu a profissão. É ainda pastora na Igreja Missionária Shekinah, onde realiza trabalho de apoio material e espiritual a moradores de rua.

Começou a trabalhar aos 12 anos de idade bordando peças íntimas para uma confecção. Depois trabalhou num açougue, confecção e como faxineira. Simultaneamente costurava em casa, até que deixou as outras atividades para viver somente como costureira. Durante muitos anos trabalhou em casa, ocupando a sala de um pequeno apartamento alugado, até que no início de 2015, alugou uma loja e abriu seu ateliê de costura e reforma de roupas. Trabalha em média 12 horas por dia, chega ao ateliê por volta das 6 horas e 30 m (aproveita carona do filho) e só fecha às 19 horas.

O pai foi trabalhador rural, funcionário público e operário e a mãe dona de casa, costurava em casa e servia marmitex para funcionários de uma empresa em que seu pai trabalhava. O pai faleceu em um acidente na BR 116, há 10 anos. Tem um casal de filhos, todos com curso superior em Direito e Enfermagem. Os pais só cursaram até o terceiro ano do ensino fundamental. Tem três irmãs, uma mora em Juiz de Fora, e as outras duas em Marabá e Palmas. Uma das irmãs cursou até o ensino fundamental, as demais possuem curso superior de pedagogia, administração e enfermagem.

A família saiu de Mutum para o Espírito Santo e Rio de Janeiro, até se fixar em Juiz de Fora. Estudou em escola pública o ensino fundamental e médio e a graduação em faculdade particular. Herdou da mãe a profissão de costureira. Aos nove anos já confeccionava suas roupas.

Saiu de Juiz de Fora em 2001 e se mudou para Palmas, Tocantis, buscando uma vida melhor, mas não conseguiu sobreviver com a atividade de costureira e passou a fazer faxinas. Começou a cursar a faculdade de Serviço Social em Palmas e retornou a Juiz de Fora em 2010. Transferiu o curso e se formou em 2013.

Para ela, os últimos dez anos foram de muita luta e sacrifício, mas também de muitas conquistas, principalmente a conclusão do seu curso superior e dos filhos. Seus planos agora são cursar uma pós-graduação e passar num concurso público na área de assistência social.

A entrevistada mora sozinha em casa própria de 50 metros quadrados e um banheiro, construída em um terreno da família, onde construíram também seus dois filhos casados. Não tem plano de saúde, costuma frequentar salão de beleza a cada 15 dias e não tem preferência por marcas, visando unicamente o melhor preço. Possui computador com Internet em casa, smartphone e utiliza a rede social facebook. Não tira férias anuais por trabalhar como autônoma. Não tem assinatura de nenhum periódico e na televisão assiste somente aos noticiários. Como lazer, frequenta restaurantes e leitura de livros religiosos.

Os locais de compra preferidos são supermercado e comércio de rua, com preferência pelo pagamento em dinheiro ou cartão de crédito a vista. Possui conta em banco e caderneta de poupança. Com relação à percepção de classe acredita pertencer à classe D, média baixa. A renda é muito variável, pois depende do volume de serviço, atingindo uma média de 2,5 salários mínimos mensais.

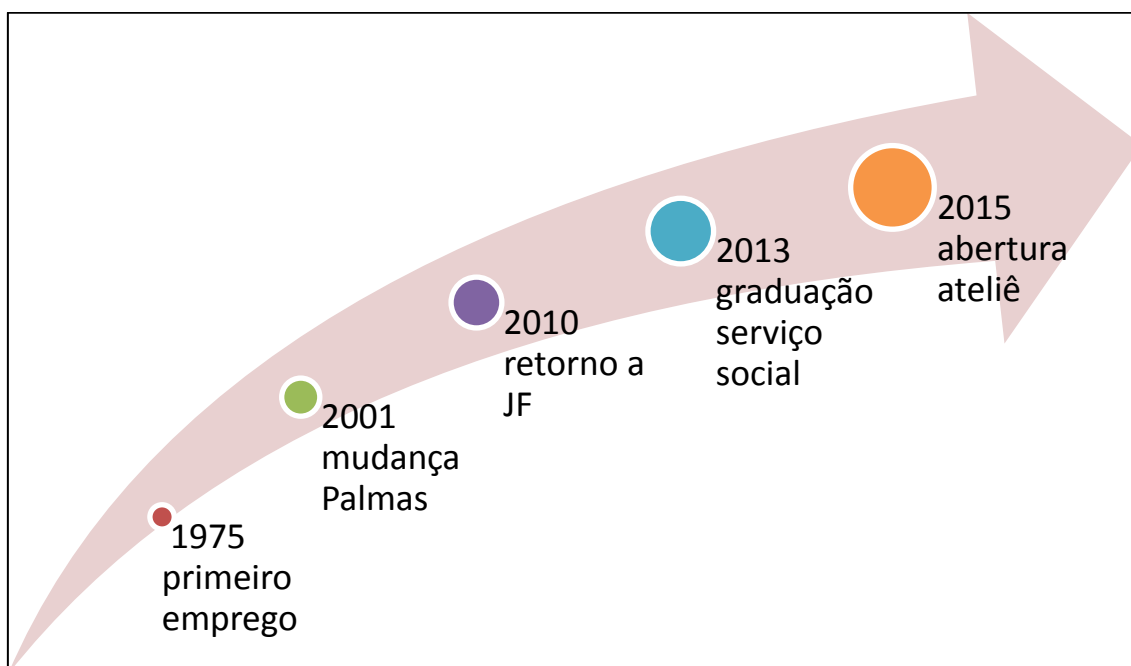


ILUSTRAÇÃO 24 LINHA DO TEMPO E10

Quem anda tem um olhar, quem não anda tem outro. Eu ando mais na rua do que nas calçadas, porque o asfalto querendo ou não, mesmo com a irregularidade dele costuma ser mais reto que as calçadas, que prioriza as garagens. (E11, 44 anos)

A entrevistada E11, é pedagoga, tem 44 anos, solteira, natural de Juiz de Fora. O pai é eletricitista aposentado e a mãe dona de casa. E11 é cadeirante desde os 16 anos, quando sofreu um acidente doméstico, em 1986, caiu da laje da casa e fraturou a coluna ficando paraplégica. Tem três irmãos vivos. Um dos irmãos faleceu ainda criança. A irmã mais velha e o mais novo têm o ensino fundamental e a caçula das mulheres tem o ensino médio. Ela foi a única a cursar o ensino superior. O irmão mais novo foi adotado quando tinha 7 anos e ainda mora com a entrevistada e os pais. As outras irmãs são casadas. A mãe estudou até o segundo ano do ensino fundamental e o pai até o quarto ano.

E11 cursou o ensino fundamental e médio em escola pública e o curso de Pedagogia em faculdade particular, nos primeiros dois anos com bolsa de 50% e nos últimos dois anos com bolsa integral. Durante a faculdade ajudou a desenvolver um projeto junto aos idosos que se transformou na Universidade Aberta, hoje com 390 alunos. Nos últimos dois anos de faculdade trabalhou no projeto como voluntária e ao se formar em 2013 foi contratada pela instituição. Hoje dá aula de alfabetização, literatura e políticas públicas de gerontologia na Universidade Aberta e atua na coordenação pedagógica. Além disto, faz palestras e oficinas em escolas e entidades de assistência aos idosos.

Logo após a formatura cursou duas pós-graduações de Saúde do Idoso e Gerontologia (2013) e Psicopedagogia em Clínica Institucional (2015). O objetivo agora é fazer mestrado na área de educação, para ministrar aula em faculdade regular.

E11 iniciou a faculdade aos 40 anos de idade, após ficar 24 anos sem estudar, devido ao acidente e à dificuldade de se locomover. Durante estes anos dava aula particular para crianças em casa e com este recurso pagou a fisioterapia e a mensalidade da faculdade. A entrevistada pouco saía de casa por medo de se locomover na cadeira de rodas e pela falta de acessibilidade nas ruas e transporte público. Assim que a frota da cidade começou a ter ônibus adaptado e se sentiu mais segura com a fisioterapia, decidiu voltar aos estudos. Ela chegou a prestar vestibular para a universidade federal,

mas desistiu porque não tinha como se locomover até o campus. A faculdade particular era mais acessível e central.

Por causa das dificuldades enfrentadas para estudar e trabalhar E11 iniciou um movimento pedindo acessibilidade, se transformando numa ativista da causa. Junto com uma amiga fundou uma associação de apoio aos deficientes físicos, aonde chegou a ser presidente, mas se afastou da instituição. Hoje, participa de um grupo independente de cadeirantes que faz várias ações e intervenções públicas em defesa dos cadeirantes, como prefere ser identificada. O grupo, segundo ela, dá mais liberdade de ação porque é totalmente independente e não tem compromisso com partidos políticos ou poder público. O único compromisso é com a causa.

Após sofrer uma queda em 2014, numa rampa inadequada, iniciou uma campanha junto ao poder público, na imprensa e principalmente na internet exigindo acessibilidade. Fez também um boletim de ocorrência responsabilizando o poder público pelo acidente. Foi convidada pela Prefeitura Municipal a fazer um levantamento de todos os pontos críticos da cidade e apontar sugestões. O levantamento foi feito, mas somente cinco rampas foram reformadas dentro das normas técnicas, quando a promessa era adaptar todo o centro urbano inicialmente e depois os bairros. A reforma destas cinco rampas só foi realizada depois que, cansada de esperar uma resposta do poder público, ameaçou levar um pedreiro ao local e realizar o serviço por conta própria.

E11 também participa do Desafio Intermodal promovido pelo Grupo Mobilidade realizado todos os anos, onde um percurso escolhido é percorrido de várias formas, comparando o tempo ao final. O grupo utiliza bicicleta, skate, táxis, carro particular, transporte público e adaptado. Em 2015 o Desafio foi realizado no dia 25 de setembro, no percurso entre o campus da UFJF e o Parque Halfeld, no centro da cidade. A mobilidade de cadeirante em ônibus adaptado, a qual a entrevistada participou, foi a última colocada com um tempo de 1 hora e 43 segundos¹⁰².

A entrevistada relata as dificuldades de ser cadeirante. A cidade precisa melhorar muito ainda. Apesar da frota de transporte público estar com 80% dos veículos

¹⁰² Os demais tempos foram bicicleta de corrida (10m 10s), moto (11m26s), bicicleta normal (12m20s), skate (18m14s), carro (10m57s), ônibus (29m10s), táxi 30m10s), pedestre (54m50s), deficiente visual (1h53s).

adaptados, a qualidade do serviço é baixa. Os elevadores não possuem manutenção e são mal projetados, trazendo insegurança para os cadeirantes. Motoristas e trocadores ainda resistem ao serviço. Os passageiros também reclamam do atraso na viagem quando transportam cadeirantes. As calçadas são armadilhas. Andar no asfalto às vezes é melhor que na calçada. As rampas mal projetadas. Os banheiros inadequados. Mesmo com algumas exigências os espaços públicos e privados ainda não oferecem serviços de qualidade e segurança, muitas das vezes por desconhecimento técnico. E11 conta que já chegou a ficar duas horas no ponto de ônibus e o coletivo adaptado não passar. No início ela se sentia constrangida por usar o transporte público e incomodar os passageiros, mas agora sabe que é um direito seu ir onde quiser. Ela reclama que algumas pessoas ainda não entendem que o cadeirante tem atividades normais e que não precisa ficar justificando que está saindo porque precisa ir ao médico.

E11 relata que a vida melhorou muito nos últimos anos, depois que conseguiu se formar e trabalhar, conquistando a sua independência financeira e também conhecimento e segurança para se locomover e até viajar. Fez sua primeira viagem à Bahia junto com amigos e também foi a congressos em São Paulo, apresentar trabalhos. Nos finais de semana costuma ir a bares, shows e pequenas viagens ao interior com os amigos.

Utiliza muito as redes sociais, principalmente para divulgar a causa dos cadeirantes. Possui plano de saúde particular. Reside com os pais e o irmão mais novo, em casa própria construída e adaptada pelo pai. Os locais preferidos de compras são supermercados, comércio de rua, galerias e internet. A forma de pagamento preferida é o cartão de crédito parcelado. Acredita pertencer à classe média. Frequenta um centro espírita todas as semanas. A renda individual é de 3 salários mínimos, a renda familiar é de 6 salários mínimos e a per capita é de 1,5 mínimos.

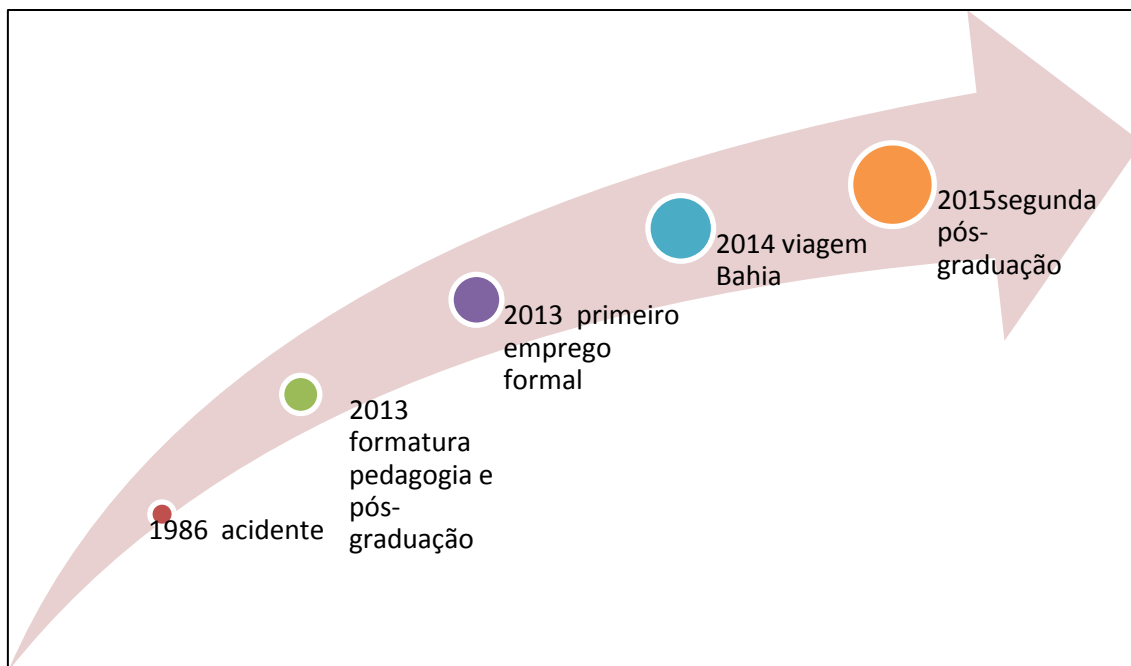


ILUSTRAÇÃO 25 LINHA DO TEMPO E11

3. 3 OS MOMENTOS SIMBÓLICOS

Durante o período de 2000 a 2014 o país passou por vários períodos de crise e também de ascensão econômica, que podem ser confrontados com os momentos vivenciados pelos entrevistados que indicam a ascensão. É incontestável que os contextos econômico e político tiveram grande participação na trajetória de vida dos entrevistados, apesar de a maioria não ter consciência disto e atribuir a melhoria de vida ao esforço individual e familiar como motores do progresso. Não conseguem estabelecer uma relação de interseção, causa e efeito entre suas vidas privadas e o contexto social em que estão inseridos, separando o seu desempenho, do desempenho de outros atores e do cenário social. Assumem para si a responsabilidade pelo sucesso, isentando os governos e as políticas públicas de qualquer responsabilidade em caso de insucesso. Por esta perspectiva, o cidadão é o único responsável pelo seu sucesso ou fracasso, num processo perverso que não leva em consideração as oportunidades e o mercado de escolhas a serem feitas.

De acordo com o próprio destaque dado pelos entrevistados, as maiores alterações em suas vidas, e que marcaram uma ascensão, ocorreram entre os anos de 2009 e início de 2015, compreendendo os governos petistas dos presidentes Luís Inácio Lula da Silva e Dilma Rousseff, apesar do primeiro registro na área de educação (curso técnico) ter acontecido em 2000, ainda no governo de Fernando Henrique Cardoso. Estas marcações são momentos simbólicos, em que conquistaram um capital econômico ou cultural importante como conclusão de graduação, emprego qualificado, compra de bens como carro, casa e terreno, viagens, reforma de residência, abertura de negócio próprio ou opção pelo trabalho autônomo.

Muitas transformações ocorreram nos intervalos do período desde 2000 e que permitiram as futuras mudanças apontadas pelos entrevistados, no período de 2009 a 2015, quando efetivamente foram concluídas. Os momentos simbólicos começaram a ser preparados muito antes, com planejamento e estratégia. Dos 9 (nove) pontos de marcação, que totalizaram 38 eventos, a maioria, ou seja, 34 eventos (89,4%) se concentrou no período de 2009 a 2015, com destaque para o setor de educação com 8 (oito) cursos de graduação concluídos (23,5%) no período de 2009 a 2013. Como os cursos de graduação duram em média 4 anos, as entradas no nível superior ocorreram entre 2005 e 2009, durante o governo do presidente Lula. Período também de criação do PROUNI, editado por medida provisória, em janeiro de 2005. Os outros momentos simbólicos mais citados foram abertura de negócio próprio ou trabalho autônomo e compra ou construção da casa própria.

QUADRO 3 PONTOS DE MARCAÇÃO DOS MOMENTOS SIMBÓLICOS

EVENTO/ANO	2000	2005	2006	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Formatura	1			1	1	3	2		2		
Emprego área						1		1	2		
Pós-graduação							2			1	1
Viagem						1				1	1
Negócio/autônomo						1		1	1	1	1
Compra carro			1				1		2		1
Compra/construção casa		1			1		1	1			
Compra granja/terreno											2
Reforma casa										1	

Fonte: entrevistas

No gráfico abaixo podemos visualizar melhor a linha de ascensão dos momentos simbólicos, a partir de 2009, alcançando o pico da onda, no ano de 2013.

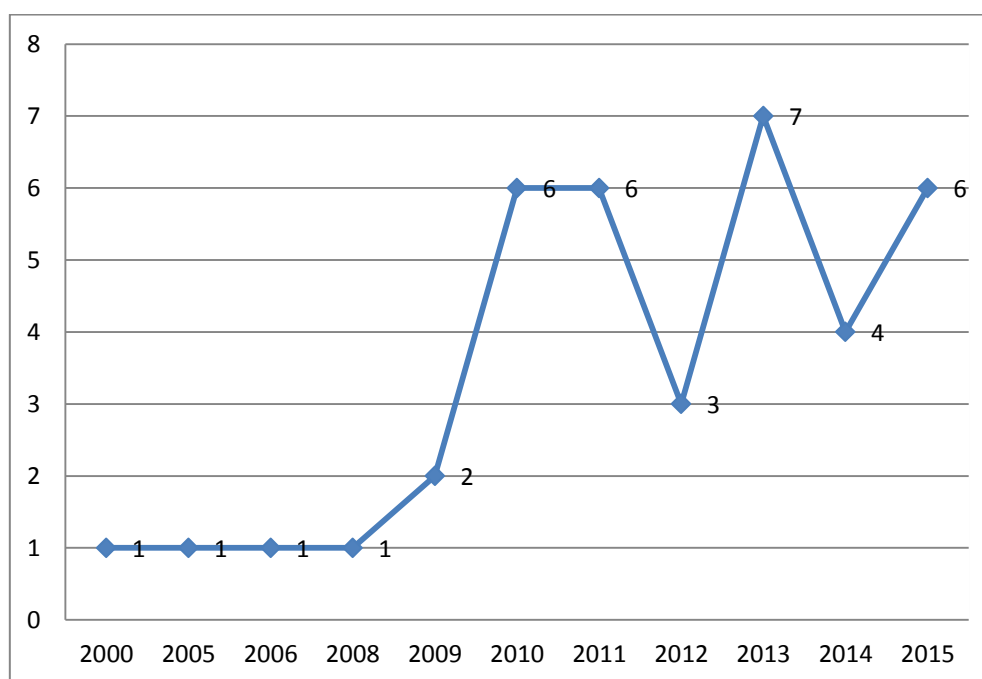


ILUSTRAÇÃO 26 MOMENTOS SIMBÓLICOS

Analisando os principais fatos ocorridos no país nestes anos podemos fazer um paralelo da trajetória dos entrevistados e dos momentos simbólicos mais importantes. Podemos constatar que a maioria dos momentos simbólicos aconteceram nos últimos anos (2009 e 2010) do segundo governo do presidente Lula e nos primeiros anos (2011 a 2013) do primeiro governo da presidente Dilma. Alguns momentos se estenderam até o último ano do primeiro mandato e primeiro ano do segundo mandato de Dilma, nos setores de viagem, negócio próprio ou trabalho autônomo e compra de terreno. As viagens e compra de terreno são projetos que já vinham sendo construídos nos anos anteriores, com poupança e reservas e puderam ser realizados apesar da crise que já se anunciava.

Durante todo o período, a inflação esteve na casa de um dígito gerando mais segurança, a economia se desenvolveu com fusões e expansão de grandes grupos econômicos e de estatais como a Petrobrás, trabalhadores tiveram aumento do salário mínimo acima da inflação e outros benefícios com correção do FGTS e direitos trabalhistas e previdenciários das domésticas. Uma das medidas que mais tiveram impacto entre os entrevistados foi a criação do PROUNI em 2005, além da expansão da rede particular de ensino superior com mensalidades acessíveis à baixa renda, permitindo acesso ao mercado de trabalho mais qualificado.

3.4 AS FORMAS DE ASCENSÃO

A mobilidade social existiu de formas e velocidades diferentes na sociedade brasileira, o fato novo da última década é a intensidade, o curto espaço de tempo das mudanças e o grande número de pessoas atingidas. Os pais dos entrevistados também tiveram pequenas melhorias em suas vidas e isto também é um dos fatores que impulsionaram a ascensão da classe C, a certeza, o exemplo da melhora, o desafio e a possibilidade real de superar os pais. O que difere da realidade dos filhos que constituem esta nova classe C é o tamanho dos emergentes e a velocidade com que a ascensão de classe se efetivou nos últimos anos. Se antes os pais passavam uma vida inteira de dificuldades, com pouca melhoria de vida, mas dentro de uma mesma faixa

social, os filhos experimentam uma oportunidade real de ultrapassar a fronteira dos pais e sair de um estrato para outro.

Os pais levaram uma vida inteira para melhorar de situação e conquistar alguns símbolos importantes como casa própria e veículo, sem grandes alterações no seu estilo de vida. Em muitos casos a melhoria só foi possível após a aposentadoria oficial – recebimento de FGTS – e a continuidade do trabalho como segunda renda. Nesta nova classe C, as mudanças ocorreram continuamente e num período muito curto de 10 a 14 anos, acompanhadas além de bens distintos de consumo, de mudanças no estilo de vida, como maior escolaridade, mais tempo e dinheiro para fruição de lazer e cultura. Não é só a condição econômica e capacidade de consumo que teve alterações, mas a maneira de viver, o comportamento social, a construção da sua identidade. Os pais passaram uma vida inteira de sacrifícios e uma pequena compensação na maturidade e os filhos iniciam a ascensão mais cedo, mais jovens e, portanto, terão uma vida na sua maior parte com melhores condições de conforto e bem estar.

Todos os entrevistados têm consciência da melhoria de vida nos últimos anos e encaram a mudança como uma vitória mais pessoal e familiar, do que como um fenômeno coletivo que atingiu muitas pessoas iguais a elas. Existe uma dificuldade de pensar politicamente a sua posição e ascensão social num contexto maior. Apenas três entrevistados fazem referência à melhoria da economia no país, mas nenhum deles cita a política ou os sucessivos governos do Partido dos Trabalhadores.

Não conseguem estabelecer uma relação de interseção, causa e efeito entre suas vidas privadas e o contexto social em que estão inseridos, separando o seu desempenho, do desempenho de outros atores e do cenário social. Assumem para si a responsabilidade pelo sucesso, isentando os governos e as políticas públicas de qualquer responsabilidade. Por esta perspectiva, o cidadão é o único responsável pelo seu sucesso ou fracasso, num processo perverso que não leva em consideração as oportunidades e o mercado de escolhas a serem feitas.

Persistência é o principal motivo, mas o plano econômico ajudou bastante (E4)

Minha vida mudou bastante para melhor uma mistura de mudança econômica estudo e muito trabalho. Nunca utilizei nenhum programa governamental. (E2)

Nos últimos 10 anos foram 10 anos de muita luta, trabalho, muito trabalho, pra mim formar os meus filhos foi muito trabalho, porque eu fui pra Palmas, Tocantins e lá fazer o trabalho que eu faço [costureira] é muito difícil. Morei nove anos lá e lá eu fui fazer faxina, duas por dia, em 2001. Fiquei até 2010 e daí foi muita luta pra formar, fazer faxina, paguei minha faculdade. Hoje meus filhos são formados. Tenho um casal de filhos, meu filho é advogado e minha filha enfermeira, tem técnico e superior.(E10)

E foi assim muita luta chegar até aqui. Hoje se for ver o que eu passei para o que eu estou passando hoje, onde eu estou numa boa, mas foi muita luta. Teve muita mudança. Com muita dificuldade porque tudo hoje é com muita dificuldade. Tudo hoje é muito muito difícil mesmo, teve grandes conquistas, grandes, grandes mesmo.(E10)

Nestes últimos 10 anos também fiz prova do Enem e entrei na faculdade pelo Prouni. Graças a Deus. Já tenho casa, sou bem casada, o governo me banca [aposentadoria](E6)

O que mais mudou na minha vida nos últimos anos com certeza, a estabilidade financeira. Venho de família pobre. Vencemos muitas batalhas para chegar onde estamos. Nada foi fácil para nós. Hoje, posso dizer que sou "rico", se comparar minha vida na infância. Nossa família deixou as Minas Gerais em busca de oportunidade de emprego. Meus pais vieram para o Rio de Janeiro muito novos. Aqui, conquistamos uma vida financeira melhor do que tínhamos em Minas Gerais. Nunca utilizamos nenhum Programa Governamental. Mudei para Juiz de Fora para trabalhar e pagar os meus estudos.(E1)

Nossa minha vida melhorou muuuuuuito. [...] Esta mudança toda foi esforço pessoal meu, mas claro que tem influência, a gente tem influência de tudo, do meio, das leituras que a gente faz. Fui muito influenciada na parte que a gente estuda, abre todo um leque, muda tudo, a minha leitura de mundo hoje é outra.[.....] Melhorou a independência, conhecimento, questão financeira, hoje eu posso me bancar, viajar. Por exemplo, eu vou para São Paulo apresentar o projeto num congresso. A faculdade não me banca. Eu posso ir com meu dinheiro, fazer planos. Viajei fui pra Bahia, hoje eu posso comprar o que eu quero, porque antes eu não tinha independência, apesar de que sempre trabalhei, mesmo depois do acidente, passou um tempo eu fui dar aula, mas não era um salário, embora este salário da aula cobrisse a faculdade e pagava a fisioterapia também. (E11)

Os motivos que levaram à mudança social e melhoria nas condições de vida e de consumo das famílias estudadas, não pode ser atribuído somente a um fator e nem mesmo a uma data específica no tempo. Vários fatores proporcionaram a mudança, que foi construída gradativamente, sem um marco pontual, influenciada até mesmo por fatos ocorridos antes mesmo que a mudança pudesse ser sentida ou identificada. A mudança

social foi construída ao longo do tempo e por diferentes influências. Ela também se deu de forma diferente para cada indivíduo e atingiu várias faixas etárias, sendo a maior parte delas de jovens.

Entretanto, é possível através da pesquisa, identificar um conjunto de fatores de naturezas distintas, que possibilitaram a ascensão entre os entrevistados, formando um ambiente propício. Estes fatores aparecem de forma recorrente entre os entrevistados e apresentam semelhanças. Este conjunto de fatores pode ser agrupado em duas instâncias de mudança: 1) as condições do meio - o contexto social, político e econômico - e 2) a disposição individual. Assim, alguns fatores externos- contexto social- aliados a um fator interno subjetivo e de natureza individual – disposição - formaram o ambiente da ascensão social. Esta divisão é possível supor, uma vez que muitas pessoas vivem num mesmo contexto social e, no entanto, não modificaram sua condição social, o que leva a crer que existe outro fator de natureza subjetiva e individual que levou à mudança.

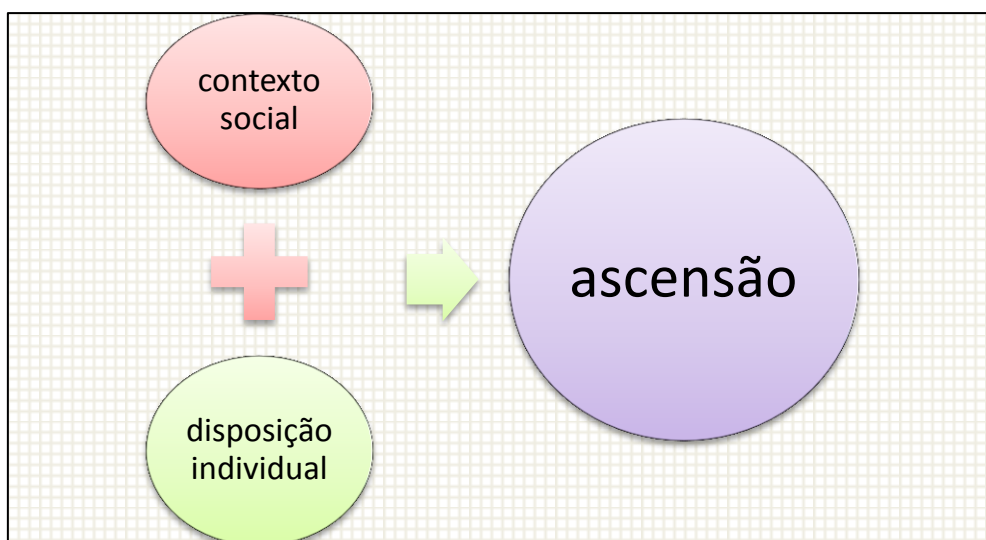


ILUSTRAÇÃO 27 ELEMENTOS DA ASCENSÃO

Na instância do contexto social, econômico e político duas condições podem ser apontadas como alavancas para a ascensão: 1) estabilidade econômica, que trouxe controle inflacionário, geração de emprego formal, incentivo ao consumo, melhoria salarial e 2) um governo de cunho popular, com quatro mandatos seguidos do Partido

dos Trabalhadores, que levou pela primeira vez um operário à presidência da República. A maioria dos programas de assistência social e transferência de renda beneficiaram principalmente a faixa de pobreza, com redução da miséria, mas alguns outros programas também ajudaram a reforçar o cenário da ascensão social, como veremos nos depoimentos dos entrevistados desta pesquisa, que se beneficiaram principalmente do PROUNI (Programa Universidade Para Todos), EJA (Ensino de Jovens e Adultos), BPS (Benefício de Prestação Continuada) e Farmácia Popular¹⁰³. Estes programas forneceram um suporte à economia familiar, mas não constituíram sua base.

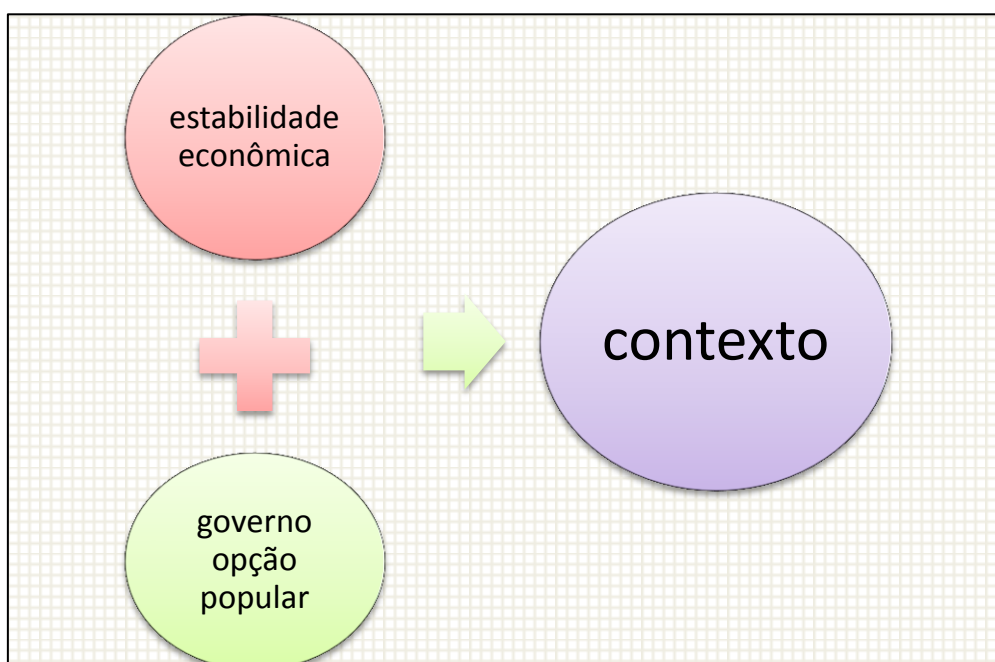


ILUSTRAÇÃO 28 CONTEXTO DA ASCENSÃO

Mas além dos programas sociais, esta conjuntura política teve um efeito simbólico muito importante na construção da autoestima das classes populares e na geração de um sentimento de abertura de possibilidades também para as classes mais pobres, que vislumbraram uma oportunidade de crescimento. A eleição de Lula abriu a era dos “Silva”, um sobrenome comum entre os brasileiros, no centro do poder político.

¹⁰³ Programa criado em 2004 pela lei 10.858 que oferece medicamentos gratuitos para hipertensão, diabetes e asma e com desconto de 90% para dislipidemia, mal de Parkinson, osteoporose e glaucoma e contraceptivos e fraldas geriátricas.

Uma entre as entrevistadas (E4) é filiada ao PT e concorreu nas últimas eleições a vereadora em sua cidade natal, mas não foi eleita e se prepara para disputar novamente em 2016.

O controle inflacionário permitiu maior controle da economia e do custo de vida preservando os salários. A estabilidade econômica começou a ser efetivamente uma realidade com o Plano Real em 1994. Nenhuma sociedade com inflação alta ou hiperinflação pode experimentar ascensão social das camadas mais pobres ou médias. As décadas de 1960 e 1970 marcaram o início do desequilíbrio econômico no Brasil. Na década de 1980 dois fatores caracterizaram a economia brasileira: uma forte retração na taxa de expansão econômica e aumento da inflação. A década de 90 foi marcada pela hiperinflação. Foram adotados sete planos de estabilização econômica em apenas dez anos e desde 1999 o índice vem caindo, chegando a 6,41% em 2014, com ligeira elevação. O menor índice foi atingido em 2006, na casa dos 3,14%. Portanto, a ascensão se deu no período que teve os menores índices inflacionários, entre 3 e 5 %.

O salário mínimo teve reajustes maiores que a inflação no período de 2000 a 2014, com retrações somente nos anos de 2001, 2002 e 2004.

TABELA 31 EVOLUÇÃO DO SALÁRIO MÍNIMO X INFLAÇÃO

ANO	SALÁRIO R\$	% AUMENTO	INFLAÇÃO	GANHO REAL
2000	151	8,84	5,97	2,87
2001	186	6,79	7,67	- 0,88
2002	200	9,00	12,53	- 3,53
2003	240	14,13	9,30	4,83
2004	260	6,86	7,6	- 0,74
2005	300	9,67	5,69	3,98
2006	350	12	3,14	8,86
2007	380	9,21	4,46	4,75
2008	415	8,57	5,90	2,67
2009	465	16,67	4,31	12,36
2010	510	15,38	5,91	9,47
2011	545	8,33	6,50	1,83
2012	622	20	5,84	14,16
2013	678	11,11	5,9	5,21
2014	724	19,21	6,41	12,8

Fonte: com base em dados do Banco Central e ADVFN¹⁰⁴ - 2015

Diferente das conclusões do governo federal de que os programas de transferência de renda contribuíram para a ascensão de milhares de pessoas à classe C, nem todos eles atingiram esta faixa da população. Nenhum dos entrevistados é beneficiário dos programas Bolsa Família¹⁰⁵ ou Minha Casa Minha Vida¹⁰⁶. Estes programas reduziram a extrema pobreza nos estratos mais baixos das classes D e E, que tiveram uma redução de 23,9%, somente a classe E caiu 37,54%, mas a miséria ainda

¹⁰⁴ <http://br.advfn.com/indicadores/salario-minimo>

¹⁰⁵ Programa de transferência de renda mensal para famílias com crianças e adolescentes até 17 anos com renda per capita entre R\$70,01 a R\$ 140,00 e para todas as idades para famílias com renda per capita até R\$70,00. Criado pela lei 10.836 de 9 de janeiro de 2004.

¹⁰⁶ Programa de moradia popular criado em 2009, que financia residências para famílias com renda bruta de até R\$ 1.600,00, através de financiamento pela Caixa Econômica Federal e recursos do PAC (Programa de Aceleração do Crescimento) e participação das Prefeituras.

atinge cerca de 33 milhões de brasileiros, ou 18% da população, no período de 2002 a 2008, segundo o CPS/FGV(2008).

O Bolsa Família atende famílias de baixa renda com renda per capita de R\$ 77,00 a R\$ 154,00, não alcançando a faixa dos entrevistados. O Minha Casa Minha vida possui várias faixas de renda familiar até o limite de R\$ 6.800,00, variando o subsídio e os juros, dentro da faixa dos entrevistados, mas mesmo assim nenhum deles utilizou o programa. A casa própria foi comprada com recursos próprios, financiamento pela Caixa Econômica Federal, ajuda de familiares ou construída aos poucos com economias, junto ao terreno de familiares ou anexo à casa dos pais, como será detalhado no capítulo de uso dos bens.

Outros programas, entretanto, foram utilizados como suporte. O PROUNI foi utilizado por dois entrevistados (E4, E6) para cursar a faculdade, o que não seria possível sem a bolsa, possibilitando uma melhor colocação e salário no mercado de trabalho. O PROUNI promoveu a inclusão de 1,9 milhões de alunos ao ensino superior em faculdades particulares, inclusive no período noturno, permitindo que o aluno trabalhe durante o dia. O pai e uma irmã da entrevistada (E4) utilizam o BPC, mas não residem na mesma residência. A família da entrevistada E8 utiliza o EJA. Os entrevistados E4 e E7 citaram o EJA utilizados pelos pais, também não residentes com o entrevistado. O Farmácia Popular também é citado. Este programa não tem limitação de renda e pode ser acessado por toda a população. O FIES¹⁰⁷ não foi utilizado por nenhum dos pesquisados, apesar de estarem dentro da faixa de renda exigida.

Desta forma, os programas de assistência e de transferência de renda não foram determinantes e nem os únicos responsáveis pela ascensão entre os entrevistados. Nenhum dos pesquisados necessitou diretamente destes programas para se manter ou à sua família durante o período da pesquisa. Os programas utilizados PROUNI, BPC, EJA e Farmácia Popular atuaram entre os entrevistados como um suporte e um elemento dentro de um contexto geral de ascensão. Os programas utilizados, principalmente o PROUNI acenaram com a oportunidade de qualificação, um meio de chegar à ascensão,

¹⁰⁷ Programa de financiamento de ensino superior em faculdades particulares criado em 1999, no valor de 50, 75 ou 100% da mensalidade, para famílias com renda de até 20 salários mínimos. O estudante deve prestar o Enem e o curso ter conceito mínimo 3 na avaliação do MEC. Os juros são de 3,5% ao ano. A carência é de 18 meses e prazo de pagamento máximo de até 16 anos.

que foi aproveitada por dois dos entrevistados. Neste sentido, tudo que precisavam era de uma oportunidade, um caminho por onde começar para alterar sua condição social.

Na segunda instância podemos constatar que entre as famílias pesquisadas um componente ocorreu de forma semelhante e recorrente: a disposição individual e familiar para visualizar, perceber e aproveitar as oportunidades que o contexto social, econômico e político abriu para elas. A forma como estas pessoas encararam e usaram esta oportunidade, a estratégia utilizada, determinou o processo de diferenciação, que fizeram delas personagens de uma mobilidade rápida e duradoura. Tudo que os entrevistados precisavam eram de uma oportunidade, ainda que pequena, para que pudessem ascender. Existe uma boa vontade (BOURDIEU, 2007) em aprender, em melhorar, em progredir, em desenhar a própria vida, o que facilitou a ascensão.

Os entrevistados são estrategistas e planejam muito bem o seu futuro, mesmo que com sacrifícios no presente. Assim, a disposição vem acompanhada de uma estratégia. Possuem um sentido prático e objetivo das coisas e mesmo com poucos recursos de capital econômico e cultural, conseguem adaptar seus planos e forjá-los para chegar aos objetivos e tirar o máximo proveito das oportunidades.

Conseguem elaborar estratégias no sentido de Bourdieu (2004), “sequências práticas estruturadas, série de ações ordenadas e orientadas em função do *habitus* e das possibilidades que determinado campo oferece para obtenção e maximização de lucros específicos em jogo no campo”. Com isto conseguem estabelecer planos e objetivos viáveis, que podem ser alcançados através de ações insistentes e constantes. Esta estratégia é baseada em sonhos possíveis, prováveis, realizáveis, já que baseados numa realidade de classe.

Existe, portanto, um fator hereditário familiar na ascensão social que pode ser material ou subjetivo e invisível. No fator material a pesquisa constatou que algumas famílias melhoraram suas condições de vida a partir de bens de baixo valor herdados ou cedidos de seus pais em vida, como parte de terreno, laje ou pequenos imóveis, onde puderam construir suas casas, reformar e ampliar, ainda que de forma precária, nem sempre de forma legal ou regularizada. Esta situação ocorreu em 4 (quatro), ou 36% dos casos relatados pelos entrevistados E6, E7, E8 e E11, que serão detalhados no capítulo sobre os bens.

O fator subjetivo é a herança invisível, o exemplo de esforço e desejo de melhoria transmitida pelos pais, um capital familiar conforme descreve Souza (2010), capaz de impulsionar mesmo diante de tanta dificuldade. Todos os entrevistados destacam a importância da família e reconhecem o esforço dos pais na construção das oportunidades da ascensão, ainda que esta influência tenha vindo de somente um dos pais, como no caso de E7 e E4, criados somente pela mãe.

E a minha família é uma família unida, que luta muito, todos nós lutamos muito, trabalhamos muito. Pra nós conseguirmos o que temos hoje sempre foi com muita luta, muita correria né, mas graças a Deus nós somos muito bem sucedidos.(E10)

Ela foi pãe, pai e mãe. Não sei o que é pior para uma mãe, suprir a falta de um pai ausente, ou suprir a falta de um pai que está presente fisicamente, mas mesmo assim a anos luz de distância. A mulher que abdicou da própria vida para ser mãe. Querendo ter 6 filhos, mas parando na segunda para lhe dar maior suporte, sempre tinha a casa cheia de crianças, sobrinhos. Que me incentivava e comparecia a todas as etapas e conquistas da minha vida. Que chorou, mas compreendeu e me apoiou quando eu apareci grávida aos 18 anos. Que chorou quando eu mudei para o Rio. Que compreendeu que eu precisava ir embora mesmo ainda não sendo casada. Cuidou das minhas filhas para eu fazer faculdade. Que saiu da sua casa para vir até a minha cuidar das minhas filhas para eu trabalhar. Que cuida do ex-marido quando todos dizem que não fariam isso. Que voltou a estudar depois de tantos anos e planeja fazer faculdade. Não é por que é minha mãe, mas todos que a conhecem sabem o quanto ela é especial (E4).

Esta herança subjetiva atua como “capital familiar”. Este “aprendizado familiar é afetivo, ele só existe porque existe também a dependência e a identificação emotiva e condicional dos filhos em relação aos pais”(SOUZA, 2009, p.45). Este meio dota os filhos da condição da autoconfiança, do próprio valor. O capital econômico é mínimo e o capital cultural e escolar baixo (BOURDIEU, 2007), mas a família é estruturada e existe a transmissão de valores pelos pais do trabalho esforçado e contínuo, mesmo em condições adversas. Existe a transmissão de uma ética do trabalho como identificou Souza (2009).

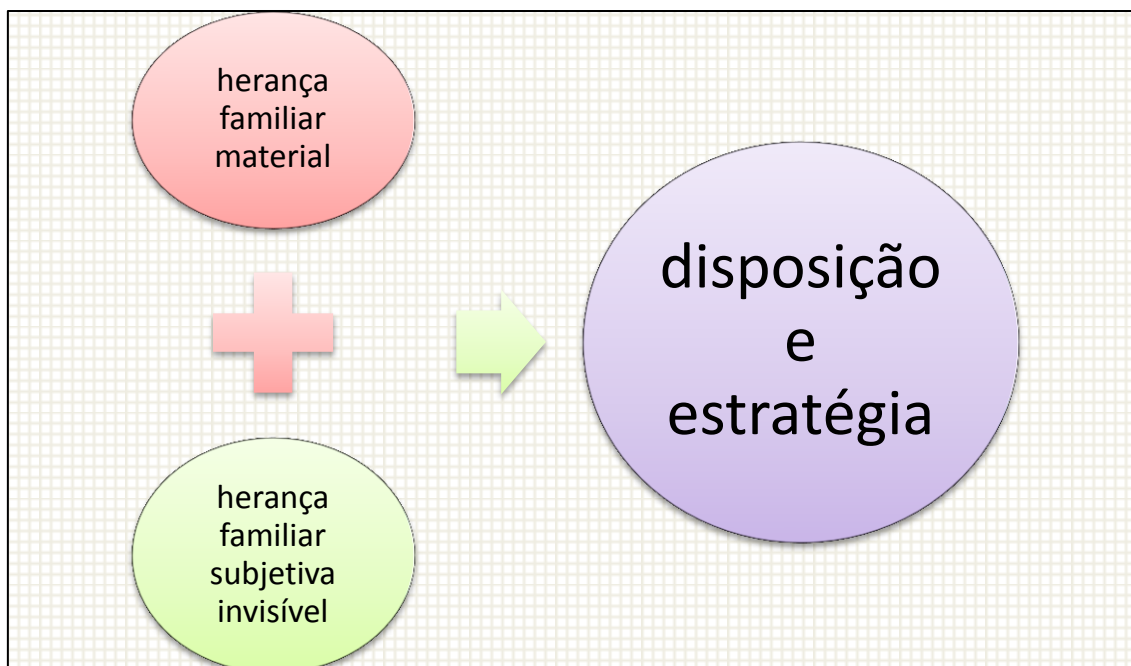


ILUSTRAÇÃO 29 DISPOSIÇÃO PARA ASCENSÃO

A ascensão não seria possível de alcançar se não fosse, como o apontado pela pesquisa, pela presença de um traço comum entre os entrevistados, que chamo de uma herança subjetiva, oriunda de um contexto familiar, de uma pré-disposição, uma atmosfera favorável individual e do grupo, traduzida em esforço, apoio mútuo e determinação, em um ambiente familiar estável e equilibrado. Estes ingredientes de características únicas e individuais destas famílias se somaram aos fatores externos produzindo a mudança. Muitas famílias brasileiras tiveram as mesmas oportunidades e, entretanto, não conseguiram ascender socialmente, o que leva a crer que não é somente o contexto sócio econômico e político que motivou a mudança de vida.

Nem sempre o chefe da família foi o protagonista principal da ascensão, através de alguma mudança efetiva e significativa na sua vida através do trabalho, da educação ou do empreendedorismo, mas se tornou a força motriz ao se dedicar com muito esforço e sacrifício a investir nos filhos, para que eles pudessem ter uma vida melhor e diferente da sua, o que acaba por alavancar o aumento de padrão de todo o grupo familiar. Este esforço, determinação e projeto para a vida dos filhos oferecendo educação e formação

profissional é ingrediente fundamental para romper o ciclo familiar dos pais de baixa instrução, baixos salários e pobreza.

Assim, famílias cujos pais e chefes não alteraram suas condições individuais de instrução ou de trabalho, puderam ascender socialmente através dos seus filhos. Estes pais transmitiram uma herança subjetiva, que aliada às oportunidades levou os filhos a romper a barreira social. Com a ascensão dos filhos ao mundo do trabalho, da educação e de melhor remuneração, os pais também tiveram uma desobrigação econômica, melhorando também as suas condições, permitindo o acesso a consumo e atividades antes inacessíveis.

A ascensão então se deu pela união de uma série de fatores de ordem estrutural e individual, que formou uma engrenagem capaz de levar estes indivíduos a conquistas materiais e imateriais, que resultaram numa mudança de comportamento, na forma de consumir e usar os novos bens e, portanto de estilo de vida.

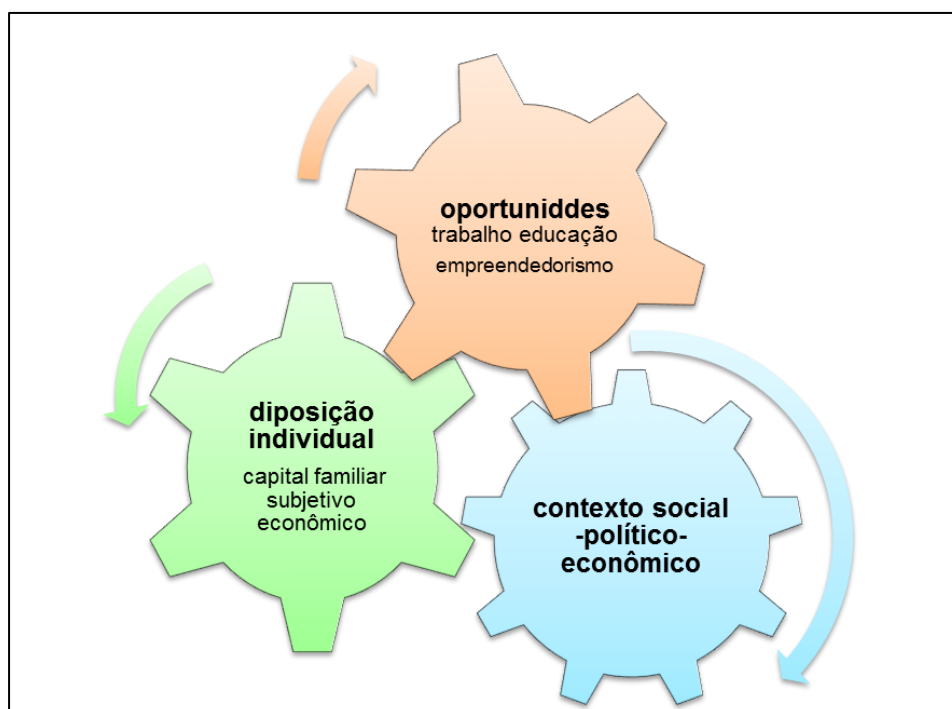


ILUSTRAÇÃO 30 ENGRENAGEM DA ASCENSÃO

Ainda no campo da disposição individual, podemos destacar a presença e importância da fé religiosa na construção da melhoria de vida. Todos os entrevistados

relatam professar uma religião e atribuem seu sucesso em grande parte à sua crença. A fé é vista como tendo uma participação muito grande na ascensão dos entrevistados atuando como força motora, motivadora e conforto nos momentos de dificuldades da vida. Entre os entrevistados 3 (três) são católicos, 3 (três) são espíritas e 5 (cinco) são evangélicos.

A entrevistada E10 é pastora evangélica da Igreja Missionária Shekinah¹⁰⁸:

Eu agradeço a Deus, porque tudo que Deus faz é bom, a vontade dele é boa, perfeita e agradável em nossas vidas. Eu louvo porque se não fosse Deus fazer tudo o que ele fez em nossas vidas não teríamos e não seríamos o que somos hoje. Deus é soberano e ele faz como ele quer. Então só temos a agradecer e eu agradeço a Deus por tudo que ele fez em minha vida, porque se eu sou hoje uma profissional é porque Deus me capacitou com toda a minha luta, mas a gente é em degraus em degraus.

As referências a Deus são comuns como o depoimento de E6, evangélica da Igreja Casa da Bênção, “Graças a Deus, já tenho casa, sou bem casada”. Também E4, católica atuante em sua comunidade, cita a bíblia “se sou fiel no pouco, Deus me confiará mais”, ao lembrar as dificuldades por que passou e as conquistas.

A entrevistada E4 é católica, atuante na sua comunidade e pretende fazer sua primeira viagem internacional à Polônia, em 2016, onde acontece a Jornada Mundial da Juventude. E4 pertence a uma corrente tradicional da Igreja Católica que defende a Missa Tridentina¹⁰⁹, o uso de véu para as mulheres nas missas e o costume de rezar o terço, além de condenar o aborto e o uso de métodos não naturais de contracepção. Ela realiza uma campanha na rede social facebook para que seja implantada a Missa Tridentina em sua paróquia.

A religião é um aspecto importante na vida destas pessoas e um fator de união da comunidade. Uma atividade observada pela pesquisadora foi o “Chá das Rosas”,

¹⁰⁸ Igreja pentecostal fundada em 2011, em Cuiabá, a partir de um grupo de apoio a dependentes químicos. Shekinah é palavra hebraica que significa habitação, presença de Deus, a glória de Deus se manifesta.

¹⁰⁹ Missa rezada em latim. Se refere ao Concílio de Trento (1545-1563) que unificou a prática litúrgica. Os celebrantes ficam de frente para o altar e de costas para os fiéis. Seis velas compõem o altar. A comunhão é dada de joelhos direto na língua dos fiéis. O altar é separado do corpo principal da igreja.

realizado no dia 17 de novembro de 2012. O evento não é um culto, ele reúne características de confraternização, ação comunitária, lazer e religiosidade. O chá é uma atividade somente para mulheres, organizada por um grupo de amigas da Igreja Metodista, que reúne mulheres de várias idades, na residência de algumas delas. Eventualmente, podem receber convidadas, inclusive de outras religiões, como foi o caso da pesquisadora, logo identificada na abertura da reunião, numa clara demonstração de que não fazia parte daquela comunidade, “era uma convidada”. As mulheres podem levar seus filhos, já que muitas não têm onde deixar as crianças pequenas. As crianças, entretanto, não participam do encontro e ficam em outro ambiente brincando de colorir, com alguma voluntária, neste caso, as filhas da dona da casa.

O convite do chá é uma xícara rosa de EVA, com algumas flores artificiais na alça e os seguintes dizeres no fundo do pires: “Você é nossa convidada para o III Chá das Rosas dia 17/11/2012 às 18 horas, na casa da Não perca momentos de confraternização, reflexão, sorteio de brindes. Mulheres Metodistas”. O nome Chá das Rosas remete ao universo feminino, mas também lembra uma tradição cristã de utilizar a cor como se fosse um roxo mais claro, nos paramentos das missas, em somente dois dias do ano, nos domingos *Gaudete* (III do Advento) e *Laetare* (IV da Quaresma). O rosa significa alegria contida, quebra da austeridade vivida na Quaresma.

O chá começa com uma oração e depois se desenvolvem diversas atividades como dinâmicas de grupo, música, prestação de contas das atividades comunitárias, planejamento de novas atividades, leitura da bíblia e debate, doação de brindes para a festa da igreja, mostra de artesanato feito pelas mulheres integrantes (pano de prato, crochê, capa para bíblia de retalho), sorteio de brindes (capa para bíblia, pano de prato, produtos Natura e Avon, vaso de flores) e por fim o lanche (chá, refrigerante, suco, salgadinho, bolo, torrada, queijo, biscoito).

Um dos momentos que mais emocionou as participantes foi a dinâmica onde as mulheres escolhiam uma colega para declarar a sua amizade e dizer o que mais admirava nesta pessoa. Várias pessoas se propuseram a falar, se emocionaram e destacaram em suas colegas a amizade e a dedicação à família. Um fato interessante é o espaço aberto na reunião para venda e encomendas de artesanato, uma capa de bíblia

confeccionada com retalhos de tecidos. Várias participantes traziam suas bíblias com esta capa, adquiridas anteriormente.

O encontro obedece a uma hierarquia entre as mulheres. A primeira hierarquia é representada pela esposa do pastor, que lidera todo o encontro. Neste tipo de evento a hierarquia é invertida e a esposa pode exercer sua liderança, já que nos cultos o pastor é a autoridade máxima. O pastor faz uma participação na abertura tocando violão e depois se retira. A segunda hierarquia é representada pela dona da casa. Um novo evento foi planejado neste dia, desta vez com a participação dos maridos e vai se chamar “Chá do Amor”. A esposa do pastor agradeceu a presença da visitante ao final do chá e a convidou para participar do culto na igreja.

Entre as oportunidades abertas pelo contexto social, político e econômico, o grupo de entrevistados investiu nos caminhos da educação, do trabalho (formal e autônomo) e do empreendedorismo, que atuaram como marcadores da ascensão. A partir destes três elementos foi possível construir todas as mudanças. Estes fatores podem atuar isoladamente ou em conjunto e mantêm uma forte relação de sucesso quando combinadas em suas diversas possibilidades – educação e trabalho, trabalho e empreendedorismo. A partir da combinação destes campos todas as demais mudanças na vida dos grupos familiares foram efetivadas, como melhoria no padrão de vida, no conforto, no consumo de bens e na sensação de segurança e felicidade.

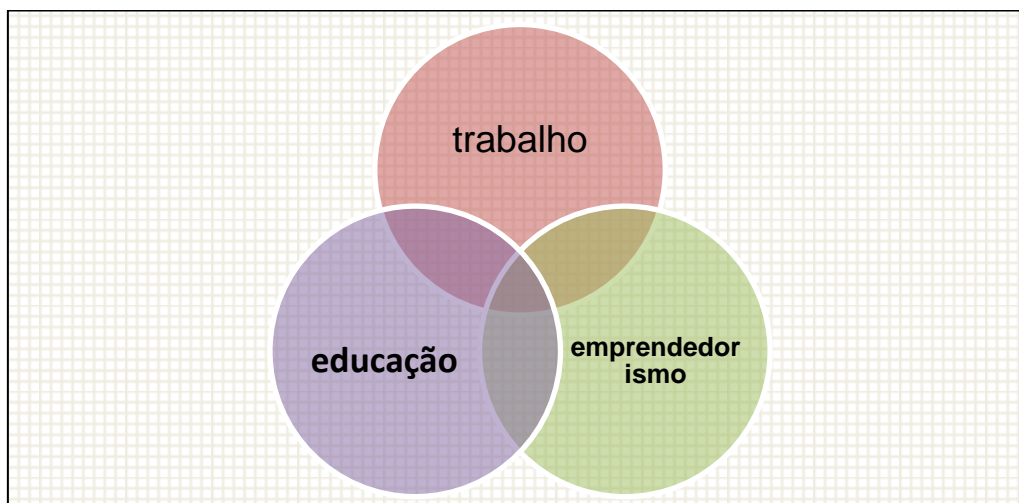


ILUSTRAÇÃO 31 ESTRATÉGIAS DE ASCENSÃO

A partir destes fatores ou da combinação deles foi possível perceber a ascensão. A qualificação educacional está presente em quase todas as trajetórias. Somente um entrevistado não alterou sua escolaridade e atribui ao início do trabalho autônomo como auxiliar na ascensão.

QUADRO 4 MARCADORES DA ASCENSÃO SEGUNDO ENTREVISTADOS

	Ponto de mudança
E1	Curso superior/ trabalho formal
E2	Curso superior/ empreendedorismo
E3	Curso superior/ trabalho autonomo
E4	Curso superior/ trabalho formal
E5	Curso superior/ trabalho formal
E6	Curso superior/ trabalho autonomo
E7	Ensino médio técnico/trabalho formal
E8	Trabalho autonomo*
E9	Curso superior/trabalho autonomo
E10	Curso superior/empreendedorismo
E11	Curso superior/trabalho formal

* Não alterou escolaridade

No campo da educação, o ensino superior aparece como o setor que mais contribuiu na melhoria de vida tanto individual, como de toda a família, permitindo uma melhor colocação no mercado de trabalho e melhores salários, ainda que a função exercida não seja na área de formação. Do total de entrevistados 10 (dez) melhoraram sua escolaridade no período estudado.

Do total de entrevistados 9 (nove) cursaram o ensino superior no período e um curso técnico. A obtenção do nível superior dá acesso a funções melhores no mercado de trabalho, ainda que não seja na área específica. O curso superior também proporciona mais segurança, pois em caso de demissão permite uma colocação mais rápida no mercado de trabalho e manutenção de uma renda próxima à anterior. A educação qualifica o trabalho.

Todos os 10 (dez) entrevistados que alteraram sua escolaridade mudaram de posição no mercado de trabalho. Deixaram ocupações menos qualificadas para ocupar funções mais qualificadas. Uma entrevistada não alterou a escolaridade e entrou no

mercado informal de diarista. Entre os 10 (dez) que se qualificaram, 4 (quatro), não atuam na área de formação, mas conseguiram uma colocação melhor, sendo que 2 (dois) abriram o próprio negócio, um atua como autônomo e um tem emprego formal.

QUADRO 5 POSIÇÃO MERCADO DE TRABALHO/ ESCOLARIDADE

	ANTES	DEPOIS
E1	Locutor rua/cantor	Jornalista
E2	Cabeleireiro	Microempresário**
E3	Auxiliar escritório	Professora dança**
E4	Instrutora informática	Radialista
E5	Auxiliar escritório	coord. Marketing
E6	Babá/auxiliar escritório	Jornalista
E7	Serviços gerais	Agente socioeducativo**
E8	Dona de casa	Diarista/acompanhante*
E9	Treinador	Educador físico
E10	Costureira	Microempresária**
E11	sem ocupação	pedagoga

*Não alterou escolaridade

**alterou escolaridade, mas não atua na área de formação

O ensino superior aparece como principal fator no campo da educação dos mais jovens, uma vez que os ensinos fundamental e médio já estão bastante universalizados nesta faixa etária na sociedade brasileira, sendo o superior uma fatia que ainda permanecia restrita a um grupo social, com crescimento considerável nos últimos anos. Nos últimos 15 anos, as matrículas no ensino superior privado cresceram 174% e no setor público, 79,8 % (MEC, 2007).¹¹⁰ Entre os entrevistados, 9 (nove) cursaram o ensino superior e 4 (quatro) cursos de pós-graduação no período da pesquisa.

A maioria dos pais dos entrevistados, 12 (doze), possuem ensino fundamental incompleto, 4 (quatro) pais possuem o ensino fundamental completo, 4 (quatro) o ensino médio completo e uma mãe é analfabeta. Entre os que possuem ensino fundamental incompleto, 3 (três) deles cursaram até 2^a, 3^a e 4^a séries, não concluindo

¹¹⁰ BRASIL. Ministério da Educação. www.mec.gov.br.

nem mesmo o ensino fundamental I, antigo primário. Esta baixa escolaridade é um dos fatores da trajetória anterior de pobreza e privações.

A escolaridade dos ascendentes em comparação com os pais, portanto, é muito maior, entre 4 a 11 anos. A escolaridade da maioria dos pais é muito baixa, não concluindo nem mesmo o ensino fundamental. Nenhum dos pais possui curso superior. Um dos entrevistados não sabe a escolaridade do pai que não conviveu com a família. Duas das mães concluíram o ensino fundamental e médio depois de adultas, sendo que uma delas pretende fazer curso superior como a filha. A relação entre pai e mãe quanto à escolaridade é bastante equilibrada, exceto no caso da mãe analfabeta.

TABELA 32 ESCOLARIDADE DOS PAIS COMPARAÇÃO FILHOS

	MÃE	PAI*	TOTAL
Analfabeto	1	-	1
Ensino fundamental incompleto	6	6	12
Ensino fundamental completo	2	2	4
Ensino médio incompleto	-	-	-
Ensino médio completo	2	2	4
Ensino superior	-	-	-

* Um dos entrevistados não sabe a escolaridade do pai.

Dos 9 (nove) entrevistados que concluíram o ensino superior 6 (seis), foram os primeiros e únicos em suas famílias, demonstrando uma grande mudança nas expectativas das famílias, rompendo uma longa trajetória familiar de baixa escolaridade. Os outros 3 (três) possuem irmãos que também cursaram o ensino superior.

A conclusão do ensino superior se deu de forma tardia. Todos eles apresentam a distorção série/idade, considerando que o ingresso na Universidade hoje, em condições normais, se dá aos 17 anos, mesmo os que ingressaram aos 19 apresentam um atraso. Esta demora se deu devido ao trabalho precoce e à falta de condições de se dedicar somente aos estudos numa instituição federal ou arcar com as mensalidades de um curso particular. As idades de conclusão do ensino superior e técnico variam de 23 a 50 anos.

Demorei bastante para entrar no ensino superior até por causa do acidente, não tinha condições de eu ir, não tinha acessibilidade, não tinha ônibus adaptado, não tinha nada disto. Cheguei a fazer prova para a universidade federal, cheguei a passar para o segundo momento da prova, mas depois não ia ter como eu chegar até lá. Então resolvi, para a frustração ser menor, parar e esperar um tempo e depois quando eu vi que já tinha um ônibus adaptado foi um alívio. Aí eu falei, chegou a hora. A escolha do Granbery também teve peso por ter sido um local central, facilidade para acesso, seria mais fácil. Aí eu fiz a prova e fiquei em segundo lugar e ganhei uma bolsa de 50% e depois de um tempo eles me deram 100% de bolsa e terminei a faculdade. (E11)

TABELA 33 ACESSO CURSO SUPERIOR/TÉCNICO POR IDADE

Idade entrada	Idade conclusão	Ano conclusão	Idade atual
		curso	
26	30	2011	34
21	25	2010	30
19	23	2010	27
23	27	2009	33
19	23	2008	30
28	32	2010	37
31	32	2000	47**
-	-	-	43*
33	37	2011	41
45	50	2013	52
36	40	2010	44

* não alterou escolaridade ** curso técnico

No campo do trabalho, o emprego formal com carteira assinada está presente na vida de 5 (cinco) entrevistados. Dois atuam como autônomos. Dois são empreendedores. Uma é aposentada e uma trabalha sem carteira assinada. Entre os 5 (cinco) entrevistados inseridos no mercado formal de trabalho, é possível observar duas

alterações recentes no mercado de trabalho, a terceirização e a modalidade de contrato no serviço público. Dos 5 (cinco) entrevistados no mercado formal 2 (dois), estão nesta posição, sendo que E1 trabalha numa empresa que presta serviços ao setor público e E7 possui contrato individual com o poder público estadual. E7 se considera funcionário público, mas questionado sobre a forma de acesso por concurso público, informa que não fez prova, somente apresentou um currículo e foi selecionado. Apesar disto se sente seguro com a “estabilidade” de funcionário público.

Mas só o trabalho formal não é um motivo isolado para a ascensão. Prova disto é que muitos entrevistados possuem pais que sempre tiveram emprego com carteira assinada e nem por isto progrediram. Muitos destes pais tiveram um único emprego ou poucas mudanças de trabalho durante sua vida profissional, o que difere do mercado atual quando a rotatividade no trabalho é grande, o que por um lado expõe ao risco, mas também abre a possibilidade de melhores salários e postos mais qualificados. É o caso do entrevistado E1 que no período de dois anos da pesquisa trocou de emprego por 5 (cinco) vezes, sempre buscando melhores salários e evolução da experiência profissional e condições de trabalho. A entrevistada E11 tem outra experiência, entrou no mercado de trabalho somente aos 40 anos, depois de concluir um curso de graduação. Seu pai, entretanto, trabalhou toda a sua vida como operário em uma única empresa, mesmo após a aposentadoria, completando 45 anos de serviço.

TABELA 34 POSIÇÃO NO MERCADO DE TRABALHO

POSIÇÃO	NÚMERO
Empregado carteira assinada	5
Empregado sem carteira	1
Autônomo	2
Microempresário	2
Aposentado/pensionista INSS	1

A educação e qualificação aliada ao trabalho formal possibilitou uma remuneração melhor e uma maior perspectiva de troca de emprego. O trabalhador com qualificação tem maior possibilidade de obter um novo emprego com melhor salário num período menor de tempo, enquanto que os trabalhadores sem qualificação ou

escolaridade baixa ficam sujeitos a salários baixos e ao medo e dificuldade de uma nova colocação. Isto acontece com muitos pais dos entrevistados que trabalharam durante toda uma vida numa única colocação ou atividade, sem oportunidade de ascensão, ainda que se sentissem estáveis no trabalho. A única alternativa era manter a posição e a situação social, sem grandes mudanças. Essa trajetória não permitia “sonhos” mais altos e engendrava os filhos na mesma situação de privações.

Entre os entrevistados é possível identificar que houve uma grande melhoria na posição no mercado de trabalho, em comparação com seus pais, que ocupam ou ocuparam funções menos qualificadas e de exigências menores em termos de escolaridade. Os filhos foram capazes de ultrapassar a fronteira dos pais e quebrar uma sequência de baixa renda e baixa escolaridade, comuns em muitas famílias que mantém por várias gerações a repetição de uma história de pobreza e baixas expectativas de melhoria de vida. Um fato significativo é que entre as sete entrevistadas, 5 (cinco) tiveram mães que trabalharam como donas de casa, enquanto as filhas trabalham fora e possuem qualificação.

QUADRO 6 PROFISSÃO DOS PAIS EM COMPARAÇÃO COM FILHOS

	PAI	MÃE	FILHO
E1	Pedreiro	Manicure/diarista	Jornalista
E2	Caminhoneiro	Corretora	Microempresário
E3	____*	Cuidadora idosos	Professora dança
E4	Serralheiro/ferroviário	Dona de casa/manicure	Radialista
E5	Porteiro/pedreiro	Dona de casa	Jornalista
E6	Sapateiro/pastor	Dona de casa	Jornalista
E7	____*	Servente escolar	Agente socioeducativo
E8	Motorista	Dona de casa	Diarista
E9	Sacoleiro	Cabeleireira	Educador físico
E10	Trabalhador rural/operário	Dona de casa/costureira	Microempresária
E11	Eletricista operário	Dona de casa	Pedagoga

* não informado

A entrada no mercado de trabalho entre os entrevistados se deu, assim como com seus pais, bem cedo, levados pela necessidade de trabalhar para ajudar a família e outros posteriormente para custear os estudos. Começaram a trabalhar ainda adolescentes na faixa de 12 a 17 anos, 7 (sete) entrevistados. Três (3) iniciaram a vida profissional entre 18 e 20 anos e uma aos 40 anos de idade. Se considerarmos que a vida profissional tem início após a formação educacional, 10 (dez) deles entraram no mercado de trabalho antes mesmo de completarem o ciclo fundamental e médio de ensino.

A diferença da trajetória dos pais é que mesmo trabalhando, estes jovens continuaram a estudar, ou mesmo retomaram os estudos mais tarde, ao contrário de seus pais que abandonaram os estudos ao entrar no mercado de trabalho, garantindo somente a sobrevivência. O trabalho nos emergentes também financiou a educação em um ambiente onde os indivíduos puderam pensar além da sobrevivência e da emergência do dia a dia.

QUADRO 7 IDADE PRIMEIRO EMPREGO/OCUPAÇÃO

	IDADE	OCUPAÇÃO
E1	16	Agente saúde
E2	17	Office boy
E3	18	Não informou
E4	18	Auxiliar escritório
E5	15	Auxiliar dentista
E6	12	Babá
E7	13	Metalúrgico
E8	14	Costureira
E9	20	Treinador futebol
E10	12	Bordadeira
E11	40	Pedagoga

No campo do empreendedorismo dois entrevistados E2 e E10 optaram pelo negócio próprio e E9 pretende ter seu próprio comércio nos próximos anos. E2 abriu um salão de beleza, depois de trabalhar por 12 anos como cabeleireiro e maquiador em vários salões. cursou ensino superior de Jornalismo, mas como já estava no ramo de

beleza há muitos anos, preferiu investir no negócio próprio, abrindo seu salão em maio de 2013.

Além do atendimento no salão, no centro da cidade, E2 faz atendimento domiciliar para noivas, debutantes e formandos, inclusive em outras cidades. O salão é pequeno, com uma bancada para dois fregueses, mas muito confortável, com ar condicionado, frigobar e máquina de café. E2 atende com hora marcada, uma cliente de cada vez, um atendimento personalizado, num conceito que desenvolveu de consultoria de imagem. Trabalha sozinho e tem somente um ajudante estagiário de estética, atendendo cabelo e maquiagem. Frequenta feiras e cursos constantemente. O salão tem uma página no *facebook* onde posta fotos e vídeos de suas produções.



ILUSTRAÇÃO 32 Salão do entrevistado E2 (foto da inauguração retirada da página do facebook do dia 31 de maio de 2013).

E10 é costureira desde adolescente e também se formou em Assistente Social, mas nunca exerceu a profissão, preferindo se dedicar à costura, ramo em que também já estava há muito tempo. Trabalhou em indústria de confecção, mas nos últimos anos atuou como autônoma, costurando em casa. Transformou a sala de seu pequeno apartamento alugado em sala de costura, até que no final de 2014 resolveu alugar uma loja e abrir um ateliê de costura e reforma, onde trabalha sozinha. Já E9, educador físico

autônomo, comprou um terreno onde pretende construir uma loja e abrir um comércio, mas ainda não sabe o ramo.



ILUSTRAÇÃO 33 ateliê de costura da entrevistada E10 (arquivo pessoal)

Nos dois casos de empreendedorismo nota-se que os entrevistados apesar de terem formação superior, optaram por dar continuidade ao ramo de atividade que desenvolviam e se especializaram desde adolescentes. E10 ainda espera fazer um concurso público na área para abandonar a costura. Estes pequenos empreendedores basearam seus projetos na experiência profissional própria e de antigos patrões, para abrir o próprio negócio. Empreenderam num campo onde já estavam consolidados e tinham conhecimento, reduzindo assim os riscos de fracasso. O capital econômico era baixo e não podiam correr o risco de perder o investimento poupado através do trabalho.

Quanto à situação jurídica, E2 é microempreendedor regularizado, já E10, apesar de estar estabelecida na atividade comercial continua na condição de autônoma. Apesar desta situação, a pesquisa considera como atividade empreendedora, que saiu de uma atividade domiciliar para uma atividade comercial de portas abertas ao público. O ateliê é simples, fachada em blindex, formado por três ambientes, uma sala principal com balcão de vidro e máquina, para atendimento ao público, uma sala de costura e provador e uma pequena cozinha com banheiro nos fundos. A loja foi adaptada onde antes funcionava um armarinho. Apesar do negócio próprio, E10 que se formou em Serviço

Social, pretende prestar um concurso público na área, onde espera uma remuneração melhor e estabilidade no emprego.

A jornada de trabalho dos empreendedores costuma ser maior que no trabalho formal, mas compensada pela sensação de independência do trabalho por conta própria. E2 não tem hora para fechar o salão e às vezes trabalha até de madrugada para atender as clientes, folga aos domingos e segundas – feiras. E10 chega ao ateliê às 7 horas e só fecha as portas por volta das 19 horas.

Desta forma o mapa da ascensão dos pesquisados pode ser traçado da seguinte forma. O emergente, dentro de um contexto de oportunidades, aliado à condição de determinação e estratégia, transmitida pelo capital familiar, através das heranças material e subjetiva, se utiliza das instâncias do trabalho, educação e empreendedorismo, para ascender socialmente e puxar todo o grupo familiar para uma vida de maior conforto e bem estar.

3.5 OS QUATRO MITOS DA ASCENSÃO

Ao analisar a trajetória de vida e ascensão social da nova classe C entre os entrevistados podemos observar que vários mitos podem ser derrubados a partir dos relatos. Os mitos são construídos pelo senso comum das demais classes que elaboram um determinado olhar sobre o fenômeno, com base em suas perspectivas de vida e preservação de sua posição. Mitos estes absorvidos e naturalizados por toda a sociedade, inclusive pela própria classe C. Quatro mitos podem ser desconstruídos através da análise da trajetória dos pesquisados. São eles os mitos da dependência direta de programas de assistência social, do conformismo de classe, da instabilidade e fragilidade da ascensão e incapacidade de gestão e planejamento.

3.5.1 Dependência direta de programas de assistência social

O mito da dependência direta de programas de assistência social pode ser observado no fato de que os entrevistados não dependem, dependeram, ou pretendem depender exclusivamente de programas sociais ou assistenciais, seja para se manter e a sua família ou mesmo como meio para conseguir ascender socialmente. Entretanto, é necessário considerar que possivelmente os entrevistados foram beneficiados de outras políticas públicas que atingiram várias classes sociais, como a política educacional, a concessão de crédito e outras, mas não de forma direta ou dependente.

Entre os entrevistados, os únicos programas em que se beneficiaram foram o PROUNI de caráter temporário e a Farmácia Popular de caráter contínuo, que deram acesso ao ensino superior e medicamentos gratuitos respectivamente, programas que necessariamente não criam nenhuma dependência. O PROUNI - utilizado por dois entrevistados - certamente atuou como alavanca para a qualificação e melhor colocação no mercado de trabalho, ao permitir o acesso ao ensino superior. O pai de uma das entrevistadas utiliza o BPC, como alternativa para complementação de renda, uma vez que não conseguiu a aposentadoria pelo INSS, com ação ainda correndo na Justiça. Uma irmã da mesma entrevistada também recebe o benefício por ser deficiente física, mas não residem com a entrevistada.

A ascensão social nos entrevistados não ocorreu prioritariamente através do uso direto de programas assistenciais ou de transferência de renda como o Bolsa Família ou Minha Casa Minha Vida¹¹¹, que têm atuação destacada na redução da pobreza, com limites de renda baixa para a sua concessão.

Também o FIES¹¹² (Financiamento Estudantil) não foi utilizado por nenhum dos entrevistados, apesar de se encaixar na renda familiar. O acesso ao ensino superior se deu através do PROUNI, bolsa da universidade particular, ajuda de familiares ou

¹¹¹ Programa de moradia popular criado em 2009, que financia residências para famílias com renda bruta de até R\$ 1.600,00, através de financiamento pela Caixa Econômica Federal e recursos do PAC (Programa de Aceleração do Crescimento) e participação das Prefeituras.

¹¹² Programa de financiamento de ensino superior em faculdades particulares criado em 1999, no valor de 50, 75 ou 100% da mensalidade, para famílias com renda de até 20 salários mínimos. O estudante deve prestar o Enem e o curso ter conceito mínimo 3 na avaliação do MEC. Os juros são de 3,5% ao ano. A carência é de 18 meses e prazo de pagamento máximo de até 16 anos.

recurso próprio através do trabalho. O programa de Farmácia Popular por sua vez, pode ser utilizado por qualquer indivíduo, independente de renda e é composto de uma cesta básica de medicamentos que podem ser retirados na rede conveniada mediante receita médica de qualquer instância pública ou particular, desde que de uso contínuo especificado no receituário. Assim, PROUNI e Farmácia Popular atuaram como aliados e apoio num contexto maior de construção da ascensão e melhoria de vida dos entrevistados, mas não são causas determinantes e nem isoladas.

3.5.2 Conformismo de classe

O segundo mito é do conformismo de classe já citado por Bourdieu (1983) que pressupõe a conformidade e acomodação da situação de classe, como se a posição em uma situação de pobreza fosse um determinismo imutável e que não pudesse ser transformado. É o “estar satisfeito com o que tem”, contentar com o mínimo obtido, sentimento que está também relacionado à ingratidão atribuída pelas classes superiores.

Ao contrário da acomodação e conformismo, todos os entrevistados demonstraram disposição, crença nas mudanças, esperança de mudanças contínuas e muito esforço pessoal. São os batalhadores de Souza (2010), trabalhadores incansáveis, informais ou pequenos empreendedores, que através de enorme esforço individual e contínuo e uma estrutura familiar mínima, conseguiram ascender socialmente. Elaboram sempre novos planos, assim que um desejo é satisfeito. As conquistas sempre vêm acompanhadas de um novo plano. O futuro sempre existe e tudo que se faz é com o pensamento à frente. Um pensamento prospectivo, uma capacidade de pensar o futuro como mais importante que o presente.

Quando se adquire a casa própria, já pensam nas melhorias e reformas; se concluem um curso superior, pensam na pós-graduação; se compram um carro usado planejam um mais novo; se mudam de emprego, já pensam em promoção. Todos os entrevistados acreditaram e buscaram a ascensão com determinação e nunca se conformaram ou acomodaram com a sua situação de classe.

Esta noção do futuro é muito presente nos entrevistados e pode ser considerada uma característica fundamental na ascensão, uma vez que sem a perspectiva de futuro não existe motivação para a mudança. Os entrevistados delineiam bem suas vidas em passado, presente e futuro, sendo que este último é o mais importante e isto constrói uma situação favorável à ascensão. Quando não existe um bom passado e nem perspectiva de futuro, o indivíduo vive somente na dimensão do presente que é passageiro, instantâneo, instável, imprevisível. Não se constrói nada, porque não existe perspectiva além do presente. É o que vive a ralé estrutural de Souza (2009). “A ralé é refém do presente eterno, do incerto pão de cada dia, e dos problemas que não podem ser adiados” (Souza, 2010, p. 52). Ela é marcada pela precariedade e pela escassez de capital cultural, para quem só existe o presente aqui e agora, sem a visão do futuro, do processo de construção, só existe a luta diária pela sobrevivência, não existe um futuro diferente do hoje.

Não existe futuro para quem é escravo de suas necessidades e inclinações naturais imediatas. Esse privilégio das classes média e alta é o que assegura também a reprodução indefinida e legitimada- posto que invisível- desse mesmo privilégio no tempo (Souza, 2010, p.415).

A baixa estima que seria uma característica e um dos motivos da situação de baixa renda, dificultando a melhoria de vida, não existe entre os entrevistados. Uma das características marcantes dos entrevistados é justamente o contrário, a alta estima, a confiança nos resultados e a disposição para a mudança, mesmo diante das inúmeras dificuldades por que atravessaram. Os obstáculos, ao contrário de desanimar, aumentaram ainda mais a vontade de superação e o desejo de conquistas, tornando a trajetória um desafio para si mesmos.

3.5.3 Instabilidade e fragilidade da ascensão

O terceiro mito é o da instabilidade e fragilidade da ascensão que poderia ser comprometida a qualquer momento por desorganização, compulsão por consumo, comprometimento da renda por dívidas ou empréstimos. Todos os entrevistados se mantiveram estáveis durante o período da pesquisa, planejando muito bem seus gastos, motivados também pelo medo de um retrocesso. As dificuldades foram contornadas, mesmo exigindo um sacrifício maior, mas o processo da ascensão não parou, apesar de ter se tornado mais difícil em algumas situações, como a troca de emprego, por exemplo. Nenhum dos 11 (onze) entrevistados contraiu dívidas ou empréstimos no período da pesquisa.

Todas as dificuldades já são previstas em certo nível, o que não garante o surgimento de uma dificuldade imprevista, como por exemplo, a entrevistada (E5) que foi avalista do irmão em um empréstimo e teve seu plano de cursar o ensino superior comprometido por causa da dívida que foi obrigada a assumir. O imprevisto quebrou o seu planejamento que teve de ser refeito, mas não foi abandonado. Esta estabilidade também reflete os números nacionais, segundo o CPS/FGV (2009) a taxa de permanência na classe C é de 84,58%.

A ascensão social parece ser definitiva porque foi bem planejada e baseada em bens estáveis, que podem gerar uma posição de conforto e de pequeno risco de perda, como por exemplo, casa própria, educação e qualificação profissional. Estes bens são duradouros e transmitem confiança e estabilidade, ainda que algo aconteça. Na perda do emprego, por exemplo, situação que ocorreu durante a pesquisa com o entrevistado E1, com educação e qualificação, é possível ficar menos tempo desempregado e conseguir uma ocupação com salário equivalente sem perder em renda.

3.5.4 Incapacidade de gestão e planejamento

O quarto mito é o da incapacidade de gestão e planejamento que estes novos membros teriam, o que comprometeria até mesmo a estabilidade. Neste sentido, opera a

distinção social, conforme Bourdieu (1983), a elite faz o pobre acreditar que não tem competência para consumir bens e serviços exclusivos das elites. Mesmo que o pobre tenha acesso a um bem distinto ele não saberia usá-lo corretamente, da mesma forma competente que a elite. Ou seja, determinados bens são naturais da elite e as outras classes não sabem servir-se deles.

Também são constantemente acusados de “não saberem o seu lugar”, atribuindo ao pobre um lugar inferior na escala social, como se estivessem presos eternamente a esta condição levados pela sua própria incompetência de ascensão. Assim, as elites estão sempre criando novos estilos e formas de consumo de bens como resposta ao acesso das classes populares a bens antes distintos e restritos. Assim que um bem é popularizado, as elites criam outra necessidade de consumo mantendo o processo da distinção social (BOURDIEU, 1983).

Entretanto, um dos fatores fundamentais da ascensão social das pessoas entrevistadas foi justamente a capacidade de planejar e administrar o baixo capital econômico e cultural (BOURDIEU, 1983) para chegar a uma posição melhor na escala social. E isto exige competência. Mesmo com dificuldades, foi possível um esforço de planejamento e administração da rotina das famílias para se chegar às conquistas desejadas como melhor emprego, casa própria, carro, viagem, conforto no lar, bem estar e lazer. Os entrevistados possuem uma capacidade de gerenciamento de si mesmos, disciplina e foco para alcançar seus objetivos.

O caminho sempre foi o de muito trabalho, esforço, planejamento e controle. Controle de gastos e despesas e muito cuidado com as facilidades do mercado principalmente com o cartão de crédito e cheque especial. A maioria dos entrevistados prefere pagar suas compras com cartão de crédito a vista, seguida da opção de crédito parcelado, em caso de valores maiores. A preferência pela forma de pagamento, como veremos em outro capítulo, demonstra uma preocupação em não se endividar. Outra forma de controle de gastos é não ser seduzido pelas marcas. Entre os entrevistados, como veremos com mais detalhes no capítulo sobre o uso dos bens, somente dois dão preferência a marcas. Um dado interessante é que a noção de marca entre os entrevistados está muito mais ligada ao campo da moda e beleza, do que aos demais produtos como alimentação, limpeza e equipamentos do lar, onde o que vale é o preço e as promoções.

Os entrevistados são estrategistas e planejam muito bem o seu futuro, mesmo que com sacrifícios no presente. Possuem um sentido prático e objetivo das coisas e mesmo com poucos recursos de capital econômico e cultural, conseguem adaptar seus planos e forjá-los para chegar aos objetivos e tirar o máximo proveito das oportunidades.

Conseguem elaborar estratégias no sentido de Bourdieu (2004), “sequências práticas estruturadas, série de ações ordenadas e orientadas em função do *habitus* e das possibilidades que determinado campo oferece para obtenção e maximização de lucros específicos em jogo no campo”. Com isto conseguem estabelecer planos e objetivos viáveis, que podem ser alcançados através de ações insistentes e constantes. Esta estratégia é baseada em sonhos possíveis, prováveis, realizáveis, já que baseados numa realidade de classe.

A percepção dos entrevistados da ascensão é gradativa. Nenhum deles apontou um momento de ruptura, mas assim que começaram a perceber que a melhoria de vida era uma realidade, com possibilidade de duração, trocam a estratégia de sobrevivência do dia a dia pela estratégia de longo prazo, de planejar o futuro com maior tranquilidade, para garantir a continuidade do progresso econômico e social, inclusive pensando na aposentadoria, como destacado por dois entrevistados E8 e E9.

Colabora também para a quebra do mito da incapacidade a característica da boa vontade cultural descrita por Bourdieu (1983), uma disposição para aprender e observar tudo e as outras classes sociais superiores, numa tentativa de absorver hábitos, costumes e comportamentos distintos, o que acaba por legitimar os valores da classe superior. Os entrevistados estão em constante busca de informação, capacitação e qualificação, seja através de caminhos formais como cursos regulares, ou informais, como meios de comunicação, com destaque para a Internet, e trocas cotidianas com vizinhos, amigos e conhecidos.

Uma observação importante é que nos casos de empreendedorismo relatados, as informações são buscadas junto a outros membros que tiveram sucesso em seus negócios ou ainda se baseiam na experiência de ex-patrões, quando ainda eram empregados formais no mesmo ramo ou atividade semelhante. Nenhum dos entrevistados buscou informação sobre negócios com entidades como SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) ou outros organismos

públicos. O desconhecimento da gratuidade de alguns serviços é uma barreira para este incremento o que os faz acreditar que a entidade seja destinada a empreendimentos maiores com investimento de um capital muito além da sua disponibilidade. A imagem do empresário ainda parece distante e é atribuída a grandes investimentos e grandes lucros.

3. 6 O FUTURO COMO EXTENSÃO DO PRESENTE

Uma das características dos entrevistados é a presença de uma noção de futuro e de construção deste futuro. Esta noção de futuro inclusive é um fator impulsionador da ascensão social. Livres da luta pela sobrevivência e da urgência do dia a dia, podem desenvolver um pensamento prospectivo, além da dimensão do presente.

Os entrevistados planejam o seu futuro dentro de uma perspectiva de possibilidades, com ações coordenadas, objetivas e dentro da realidade de classe. Este planejamento não é utópico e por isto pode ser concretizado a curto e médio prazo, com as condições que possuem. Os planos são elaborados a partir de indicadores que garantem a sua realização e baseados em probabilidades. São futuros possíveis e datados no tempo. O futuro se apresenta então como extensão do presente, manter as conquistas e o bem estar alcançado.

Um exemplo é que mesmo durante a pesquisa o sonho pode ser realizado, ou ao menos começar a ser realizado, como o projeto do entrevistado E7, que adquiriu uma granja como o planejado. Na verdade, quando revelou o sonho de ter uma “chácara”, durante a entrevista, já estava com esta possibilidade sendo elaborada e construída. Pouco tempo depois comprou um terreno num distrito próximo e agora planeja cercar e depois construir uma casa.

Meus planos para o futuro agora é comprar uma chácara. Pra morar não. Roça pra morar é muito ruim. Deus me livre. Pra descansar, passar o fim de semana. E ficar milionário... (risos). (E7)

Assim, não almejam grandes transformações em suas vidas, mas pequenas melhorias que vão acrescentar bem estar, prazer e conforto, como compra ou construção de imóveis para morar ou alugar, granjas e viagens. Os planos envolvem bens duráveis e estáveis. Nenhum dos entrevistados citou bens de consumo rápido como utensílios para o lar, móveis e eletrônicos, bens que já conquistaram e de mais fácil acesso.

O futuro para os entrevistados não representa grandes transformações, mas planejam ações que garantam a continuidade e aperfeiçoamento do que possuem ou que estão construindo no presente, como reforma da casa, cursos e educação dos filhos. O futuro seria então uma extensão do presente.

As crenças em sina e destino não existem no universo dos entrevistados, o futuro para eles é moldado pela intervenção do homem, como descreve Giddens (2002). O futuro para os entrevistados é uma realidade construída por eles mesmos, resultado de um planejamento.

Existe também uma preocupação com a sobrevivência no futuro, uma forma de aposentadoria mais confortável que possa garantir uma renda extra como apontado por três entrevistados. A entrevistada E10 quer “continuar estudando pra concurso, porque eu quero parar de costurar e fazer concurso na área de assistência social. É isso que eu tenho vontade de fazer”. Apesar de ter um negócio próprio no ramo de costura, ela pretende ter uma renda maior e estabilidade no serviço público, além de atuar na sua área de graduação.

O sonho da renda que não seja oriunda do trabalho também é citada no sonho de ter um imóvel para alugar “e viver de renda”.

Para o futuro?...Para o futuro quero terminar a minha casa e comprar outra casa para alugar, pra ter outra renda. Meu marido disse que não quer casa pra alugar. Depois que acabar a casa ele quer passear, viajar...Mas eu sonho em ter uma casa pra alugar. (E8)

O empreendedorismo também aparece como alternativa para complementação da renda da aposentadoria.

Meu sonho agora é construir num terreno que consegui comprar na Barreira do Triunfo. Quero fazer uma loja pra mais tarde eu montar um negócio próprio, porque a minha profissão é curta, posso não poder mais dar aulas e preciso de alguma coisa (E9).

Outra preocupação é com a constante atualização e continuidade dos estudos com cursos de pós- graduação e aperfeiçoamento profissional.

Para o futuro quero fazer mestrado e lecionar em faculdades, e cuidar da carreira acadêmica de minha família, esposo e filhas mais velhas por hora. Também pretendo fazer minha primeira viagem internacional no próximo ano indo para a Polônia participar da Jornada Mundial da Juventude, e aproveitar para visitar pontos turísticos como os campos de concentração. (E4)

Meus planos é voltar a fazer uma pós-graduação, continuar estudando pra concurso, porque eu quero parar de costurar e fazer concurso na área de assistência social . É isso que eu tenho vontade de fazer. Igual, eu já faço um trabalho com pessoal de rua né, não faço só na área de assistência social, mas na área pastoral, eu sou pastora , a gente vai às quartas-feiras, a gente leva carinho aquelas pessoas, um ombro amigo para que nós possamos ouvir eles... Meu projeto é continuar fazendo isto, batalhar por um concurso, passar num concurso e continuar fazendo o que Deus delegou para minha vida que é cuidar de almas” (E10).

Meu projeto é poder me desenvolver ainda mais profissionalmente e, se possível, realizar um intercâmbio no exterior. Mas antes, meu desejo é fazer mestrado e doutorado. Essas são as minhas metas para os próximos anos. (E1)

Espero que eu continue progredindo como pessoa e profissionalmente para dar educação de qualidade para minha filha, tanto com boas escolas como com o convívio dela em nosso lar (E5).

Partir para o mestrado na área da educação ou na parte da gerontologia, mas eu estou buscando mais a área da educação, porque eu tenho de ver meu lado de professora que eu gosto muito. Eu tenho uma vivência com os idosos, mas eu quero buscar, dar aula, não para ensino médio, isto já é decidido, quero dar aula na faculdade, pra adulto, ainda que seja EJA. Na clínica estou atendendo um rapaz. O curso todo só pega criança e adolescente e eu puxando, provocando para o adulto, o idoso, com a área cognitiva, com Alzheimer, querendo buscar, provocando sempre, eles ficam muito focados, acham que pedagogia é só para criança e adolescente. Até esta desconstrução na faculdade desde o primeiro período eu já colocava. A educação é para todos, quando colocam a criança e o adolescente, só, e o adulto? (E11)

Também as viagens ao exterior fazem parte dos planos, desejado por três entrevistados. E1 quer fazer um intercâmbio, E2 quer se mudar para o exterior, E4 quer ir à Polônia. “Minha expectativa de futuro é me mudar para o exterior” (E2). “Também pretendo fazer minha primeira viagem internacional em 2016 indo para a Polônia participar da Jornada Mundial da Juventude, e aproveitar para visitar pontos turísticos como os campos de concentração. (E4) “Meu projeto é poder me desenvolver ainda mais profissionalmente e, se possível, realizar um intercâmbio no exterior” (E1).

Os entrevistados que tem filhos (quatro) se preocupam com o futuro deles, principalmente em oferecer um ensino de boa qualidade. “Espero dar educação de qualidade para minha filha, tanto com boas escolas como com o convívio dela em nosso lar (E5). “Para o futuro quero cuidar da carreira acadêmica de minha família, esposo e filhas mais velhas por hora” (E4). No caso da entrevistada E6, que passa por problemas de saúde a expectativa de futuro é o transplante. “Minha expectativa atual é recuperar minha saúde” (E6).

Desta forma foi possível identificar que entre os entrevistados que formam o universo desta pesquisa, a ascensão social trouxe algumas alterações no seu estilo de vida e na sua forma de se relacionar com o consumo e o uso dos bens, trazendo novas experiências para suas vidas. O melhor capital econômico permitiu o consumo de maior qualidade e quantidade de bens. O capital cultural foi alterado pela melhoria da escolaridade, principalmente entre os que cursaram o ensino superior, abrindo uma nova perspectiva como participação política, ações de voluntariado e militância e maior tempo para o lazer e cultura.

As maiores alterações ocorreram entre os que mais melhoraram a sua escolaridade com o ensino superior, o que demonstra que o *habitus* de classe, apesar de ser determinante para as escolhas dos indivíduos, pode ser alterado pelas trajetórias de vida. A única entrevistada que não alterou o seu nível de escolaridade foi a que menos teve alteração em seu estilo de vida, com mudança mais evidente no poder de compra.

Entretanto, as mudanças no estilo de vida não foram radicais ou transformaram totalmente a vida dos entrevistados. Apesar do maior capital elas ainda continuam muito

ligadas à sua vida anterior e a seus valores, como por exemplo, na opção pela moradia em seus locais de origem e na construção de sua autoimagem e percepção de classe, já que ainda se consideram pobres.

A ascensão ocorreu de diversas formas entre os entrevistados, que a partir da melhoria do capital cultural (escolaridade) e do capital econômico (renda) puderam ter novas experiências no mundo dos bens, consumindo mais e em melhor qualidade, estabelecendo outras relações simbólicas e de demarcação social. Esta nova relação, livre da urgência, possibilitou novos elementos em seus estilos de vida, incorporando novos hábitos e gostos. Entretanto, o capital econômico apesar de ser melhor, ainda permanece limitado na nova classe média, o que não permite mudanças profundas e radicais no estilo de vida, ainda bastante determinado pelo *habitus* de classe.

Com relação ao patrimônio, dos 11 (onze) entrevistados, 8 (oito) ampliaram seus bens posicionais no período estudado pela pesquisa. Um adquiriu um terreno onde pretende construir uma casa com loja e outro uma granja na zona rural, onde está construindo uma pequena casa. Quatro compraram veículos. Um financiou um apartamento e um reformou a residência. Já com relação ao capital cultural, 9 (nove) entrevistados melhoraram sua escolaridade, sendo que 8 (oito) cursaram o ensino superior e um o ensino técnico.

4 ESTILO DE VIDA E O MUNDO DOS BENS DOS EMERGENTES

A opção pelo estudo do consumo e uso dos bens parte do pressuposto teórico de que os bens operam como marcadores sociais (BOURDIEU, 2007) e constituem uma linguagem (DOUGLAS, 2004; BAUDRILLARD, 1993), capaz de revelar e comunicar o estilo de vida destas famílias, apesar da diversidade de estilos contemporâneos.

Os estudos de Bourdieu (1983) conferem ao uso dos bens uma ampla função na determinação das classes sociais. As práticas de consumo possuem a função de demarcar relações sociais, fazer distinções e conservar as posições sociais. Além disto, estas práticas operam como meio de comunicação ao transmitir uma mensagem sobre si mesmo. A forma como os bens são usados, a sua prática, uso e gosto, determinam e expressam um estilo de vida. O consumo para Bourdieu (1983) é mediado pelo *habitus* e pelo gosto de classe.

Os aspectos simbólicos não estão presentes somente no bem, mas na forma como ele é usado, o que determina o estilo de vida de cada grupo social. Os bens para Bourdieu (1983) servem para marcar as diferenças sociais e transmitir mensagens sobre a classe social, como seu “estilo de vida”, “o gosto de classe”, o seu “*habitus*” e a capacidade do “capital cultural e econômico”. Assim, o estilo de vida é a prática dos bens que formam a existência das pessoas e produto do *habitus*. O estilo de vida seria então para Bourdieu (1983) um conjunto de preferências distintas que exprimem em cada um dos espaços simbólicos, mobiliário, vestuário, linguagem, expressão corporal, uma mesma intenção e forma de expressividade.

Também as oportunidades de renda condicionam as escolhas de estilo de vida (GIDDENS, 2002). Assim quanto maior a renda mais escolhas o indivíduo tem a possibilidade de fazer. A melhoria de renda verificada entre os entrevistados ampliou o universo de escolhas e o mercado de opções, com reflexos em seus estilos de vida.

Para Bourdieu (1993), o consumo é uma forma de ascensão e trava-se uma competição para adquirir cada vez mais bens e manter a distância entre as classes, o que aumenta as técnicas e formas de exclusão. A grande oferta de mercadorias e seu uso como marcadores gera uma disputa entre as classes. Um bem antes consumido por uma classe alta pode passar a ser oferecido também a classes inferiores. Estas classes por sua

vez, criam outra necessidade e bem distinto, para manter a sua distância das classes inferiores, gerando um círculo sem fim de necessidades e distinções.

O consumo de bens simbólicos é um demarcador social e fator de distinção. Através das preferências e usos dos bens podemos identificar gosto, estilo de vida, classes e frações de classe (Bourdieu,2007). Nem todos os bens possuem esta característica, somente aqueles que atuam no campo simbólico e por isto podem ser demarcadores. Entretanto, a definição do que é simbólico, vai depender da visão de classe.

Apesar da grande oferta de imagens, bens e símbolos alguns fatores são estáveis, como o *habitus* definido por Bourdieu (1983), que vai agir como fator importante na determinação das escolhas de consumo. Este sistema de disposições, resultado de suas experiências, atua como uma matriz de percepções e ações, “é o princípio não escolhido de todas as escolhas” (BOURDIEU, 1983, p.45). É uma característica individual, mas determinado pelo social e que traz uma limitação no uso dos bens. Condições semelhantes de vida podem produzir práticas diversas e imprevisíveis, mas sempre limitadas pelo *habitus* (BOURDIEU, 1983).

Mas o *habitus* não determina tudo e também pode ser transformado pelas experiências. As trajetórias individuais (BOURDIEU, 2007), diferentes das coletivas, podem levar as pessoas a mudar o gosto e o estilo de vida. Assim pessoas de menor capital cultural e econômico podem vir a consumir outros tipos de bens, após passarem por períodos de ascensão social. Desta forma, as novas experiências da classe média, como melhor escolarização, acesso à informação, melhores empregos e salários transformaram alguns aspectos do *habitus* e levaram as famílias pesquisadas a consumirem outros tipos de produtos e serviços, como plano de saúde, assinatura de jornais e revistas, academias de ginástica, sauna, clubes e veículos.

Bourdieu (1983) acredita que para compreender ou prever a posição de um indivíduo ou grupo é preciso conhecer a condição econômica, social e o seu *habitus*, analisar o conjunto de propriedades (bens) e suas práticas, que manifestam a sua distinção.

Baudrillard também (1995) considera que o consumo é um processo de significação e comunicação, classificação e diferenciação social.

O consumo revela-se aqui como sistema de permuta e equivalente de uma linguagem [...] nunca se consome o objeto em si (no seu valor de uso), os objetos (no sentido lato) manipulam-se sempre como signos que distinguem o indivíduo, quer filiando-o no próprio grupo tomado como referência ideal, quer demarcando-o do respectivo grupo por referência a um grupo de estatuto superior [...] queremos o que os outros não têm e trocamos de objetos como os ciclos das estações (p.59-60, 1993).

O consumo assume situação de sistema na organização social:

O consumo surge como sistema que assegura a ordenação dos signos e a integração do grupo; constitui simultaneamente uma moral (sistema de valores ideológicos) e um sistema de comunicação ou estrutura de permuta. Neste sentido, o consumo constitui uma ordem de significações, como a linguagem, ou como o sistema de parentesco nas sociedades primitivas (BAUDRILLARD, 2001, p.78).

Os objetos têm significado social como afirmam Baudrillard (1993) e Veblen (1965). Eles são signos e sua forma, cor, material e utilização podem dar perfil sociológico de um grupo, das pessoas e de famílias. O objeto sozinho é pouco significativo. É preciso analisar o ambiente e as formas como as pessoas o utilizam. Ao consumir objetos consumimos signos, operamos uma linguagem e distinguimos grupos. A mercadoria assume o papel de símbolo (VEBLEN, 1965) e sua interpretação permite a construção de significados importantes para definir o estilo de vida de uma classe.

Os objetos também nunca significam a mesma coisa ou são usados da mesma forma pelas pessoas ou classes sociais. Todo objeto apresenta um “hidridismo latente” conforme observa Braida (2012), que permite várias releituras, usos e significados sociais.

Os estudos dos hábitos de consumo e do estilo de vida dizem muito sobre a classe social, uma vez que através destas práticas os indivíduos comunicam sobre si mesmos e expressam uma visão de si e dos outros. Douglas e Isherwood (2004, p.116) afirmam que “o indivíduo usa o consumo para dizer alguma coisa sobre si mesmo, sua família, sua localidade, seja na cidade ou no campo, nas férias ou em casa”. “O homem precisa de bens para comunicar-se com os outros e para entender o que se passa à sua

volta” (2004, p.149). O consumo assume a função de um ritual e os bens são os objetos deste ritual, assim o consumo serve para pensar a sociedade (DOUGLAS E ISHERWOOD, 2004). “O consumo é processo ritual cuja função primária é dar sentido ao fluxo incompleto dos acontecimentos” ((DOUGLAS, ISHERWOOD, 2004, p. 112).

Esqueçamos que as mercadorias são boas para comer, vestir e abrigar, esqueçamos sua utilidade e tentemos em seu lugar a ideia de que as mercadorias são boas para pensar: tratemo-las como um meio não verbal para a faculdade humana de criar (DOUGLAS, ISHERWOOD, 2004, p.108).

“O principal problema da vida social é fixar os significados de modo que fiquem estáveis por algum tempo” (DOUGLAS, ISHERWOOD, 2004, p.112) e “os rituais servem para conter a flutuação dos significados”, são convenções que ajudam a dar significados públicos. Os bens estabelecem relações sociais e possuem significado social, são as partes materiais e visíveis da cultura. Os bens materiais garantem a sobrevivência e servem como marcadores das relações sociais. “O objetivo mais geral do consumidor só pode ser construir um universo inteligível com os bens que escolhe” (DOUGLAS, ISHERWOOD, 2004, p.113).

A atividade de consumo é a produção conjunta, com os outros consumidores, de um universo de valores. O consumo usa os bens para tornar firme e visível um conjunto particular de julgamentos nos processos fluidos de classificar pessoas e eventos (DOUGLAS, ISHERWOOD, 2004, p.150).

O consumo é, portanto, indicador e a parte aparente, visível da ascensão social, que trouxe consigo uma série de mudanças no desenho da vida social, no estilo de vida e na forma como estas pessoas passaram a lidar com esta nova realidade, no mercado de trabalho, na família, na escola e na relação com as outras classes. A mudança não ocorreu somente no poder de compra, mas também no modo de viver e na percepção de si mesmos.

O direito ao consumo de bens antes inacessíveis passa a ser uma forma de exercer a cidadania (CANCLINI, 2008) para a nova classe C, na medida em que permite

o acesso a um conjunto de outros direitos do cidadão, como ter uma vida mais confortável, com mais saúde, educação e segurança, por exemplo. Os novos consumidores se sentem incluídos numa sociedade onde o consumo tem o poder de distinguir e determinar identidades e posições.

As formas tradicionais de se exercer a cidadania como sindicatos, partidos políticos e associações perderam eficácia na sociedade contemporânea, conforme relata Canclini (2008). Assim, o direito ao consumo passa a ser uma forma de exercer a cidadania, apesar de uma grande parte da população não ter acesso ao mundo do consumo de bens.

O consumo passa a ter também a função de construir identidades, conforme argumenta Lipovetsky (2007). As identidades antes construídas nos campos da tradição, da religião e da política se deslocam para o consumo. Com este distanciamento dos indivíduos da política e também das tradições e da religião, a identidade das pessoas passa a ser definida pelo consumo, por aquilo que possuem ou que podem possuir como afirma Lipovetsky (2007). Os indivíduos demonstram quem são, não pela sua atuação profissional, política ou sindical, mas pelos seus bens, pela aparência de sua casa, pelo modelo de seu carro.

Mas, ao estudar os consumidores da nova classe C, recém-chegados ao mundo dos bens, também podemos observar que fatores tradicionais dos aspectos do consumo como tradição, crenças, pressões de classe e desejo de se distinguir entram em declínio e são superados por outros sentimentos como a liberdade de escolha, a subjetivação e a individualização do consumo.

Os bens posicionais tradicionais se tornam cada vez menos importantes. O consumo deixa de ser pressionado somente pelo gosto específico de classe. O consumidor está mais atento ao atendimento de suas necessidades individuais e cria uma forma própria e subjetiva de consumir, menos influenciado pelos padrões de sua classe. A liberdade de escolha é a principal característica deste consumo. O consumo serve como promessa para o prazer (CAMPBELL, 2001) e de felicidade pessoal e do núcleo familiar.

O sentimento de *status* e distinção ainda existe, mas de forma secundária ao bem estar pessoal e familiar. O desejo de se distinguir entra em declínio. A maior motivação

para adquirir um bem é o bem estar que ele pode oferecer. Também Lipovetsky (2007) aponta para uma desestabilização da distinção social na sociedade do consumo.

Enquanto se desprezam os *habitus* e particularismos de classe, os consumidores mostram-se mais imprevisíveis e voláteis, mais à espera de qualidade de vida, de comunicação e de saúde, têm melhores condições de fazer uma escolha entre as diferentes propostas de oferta [...] Das coisas esperamos menos que nos classifiquem em relação aos outros e mais que nos permitam ser mais independentes e mais móveis, sentir sensações, viver experiências, melhorar nossa qualidade de vida, conservar juventude e saúde [...] o consumo para si suplantou o consumo para o outro (LIPOVETSKY, 2007, p.41,42).

Meirelles (2011) do Instituto Data Popular também aponta para esta mudança:

O consumidor popular opera em outra frequência. Ele não compra para se diferenciar, compra para ser incluído em um universo do qual então não fazia parte [.....] Falamos do office-boy que gasta um salário do mês todo para comprar um tênis que todo mundo tem, menos ele (MEIRELLES ¹¹³, p.18, 2011).

Os processos de distinção e hierarquias através dos bens começam a ser relativizados na sociedade de consumo devido a vários fatores como a crescente estilização da vida (FEATHERSTONE, 1995, BOURDIEU, 1993), a internacionalização e globalização dos mercados. Esta dinâmica aumenta a capacidade de circulação da informação e mercadorias gerando fenômenos como a globalização, a diversidade cultural e o multiculturalismo (CANCLINI, 2008). Existe uma inflação de imagens, bens e simbolismos que acabam por atingir os “bens posicionais” (FEATHERSTONE, 1995), que antes eram disputados e serviam para classificar as classes.

¹¹³ Roberto Meirelles, publicitário, sócio-diretor do Instituto Data Popular, Consultoria e Pesquisa.

A noção de estilo de vida na sociedade contemporânea está muito ligada ao consumo, o que sugere que ele pertence ao mundo das classes mais prósperas, muito em função também da publicidade que incentiva a mercantilização da vida. Assim, os pobres seriam excluídos do privilégio da escolha de um estilo de vida. Neste aspecto, se considerarmos somente o consumo, as classes mais pobres teriam uma limitação material na escolha de seu estilo de vida.

Mas o estilo de vida não se resume ao consumo material, mas a escolhas e decisões de vida em vários outros campos como no trabalho e na família, e no planejamento da vida. Mesmo em situação de desigualdade e de limitação material a vida impõe a escolha de um estilo. Giddens (2002) lembra que a modernidade produz diferença, exclusão e marginalização, mas sempre existe a possibilidade da escolha ainda que limitada pela condição econômica. Existe uma multiplicidade de estilos de vida como identificou Simmel (2006), proveniente da liberdade de escolha dos indivíduos.

Além disto, a definição de um estilo de vida é difícil de ser construída na contemporaneidade. De um lado, o apelo da cultura de massa tenta padronizar os comportamentos e de outro lado, a globalização do mundo oferece maior liberdade de escolha, em todos os níveis de consumo de bens culturais e simbólicos, abrindo um enorme leque de opções. O multiculturalismo aproxima diferentes contextos compondo estilos e gostos múltiplos e fragmentados. As fronteiras geográficas se tornam frágeis e a informação circula em todos os territórios (CANCLINI, 2008). A afirmação de Bourdieu (1993) de que o gosto classifica e classifica o classificador é relativizada. Fica cada vez mais difícil classificar alguém pelo gosto, o que exige uma análise mais profunda e de vários aspectos da vida destas pessoas.

Os indivíduos estão buscando um estilo de vida mais livre das pressões de classe, mais particular, que possa expressar a sua individualidade e subjetividade, desenvolvendo uma forma própria de consumir, com uma influência menor dos padrões de classe. Featherstone (1995, p.120), em última análise, atribui este comportamento do consumidor ao “fim do social enquanto ponto de referência importante”.

O consumidor da classe C não depende mais somente das regras de estilo de vida comunitários, não é mais refém de um *habitus* de classe rigoroso, e está mais sujeito ao poder do mercado e à lógica das marcas, da moda, das tendências.

4.1 AS DISPOSIÇÕES IDEOLÓGICAS

A ascensão social trouxe um leque maior de escolhas para os entrevistados e, portanto, uma maior diversidade de estilos de vida. Assim, não se pode falar em um estilo de vida único, já que o grupo estudado é formado por indivíduos de várias origens, experiências, formas de ascensão, capitais culturais e econômicos e atitudes ativas, passivas, contestadoras e até conservadoras.

Os estilos de vida foram multiplicados como identificou Simmel (2006) proveniente da liberdade de escolha dos indivíduos, que tiveram suas vidas alteradas e as opções ampliadas.

Assim, é muito difícil estabelecer um padrão de estilo de vida único destes indivíduos. Podemos, entretanto, através dos relatos de suas vidas, estabelecer convergências e divergências, proximidades e distanciamentos, através de comparações e diferenciações, buscando um recorte mais fino de suas vidas. O universo estudado não é um bloco homogêneo, tem frações que podem se aproximar ou se afastar em alguns momentos.

Entretanto, algumas disposições ideológicas e aspectos de convergência podem ser destacados que são eles: crença na meritocracia (ideologia meritocrática), boa vontade cultural (BOURDIEU, 1983), sociabilidade (SIMMEL, 2006) e sentimentos de felicidade e esperança.

Os indivíduos pesquisados acreditam na meritocracia e atribuem a si mesmos a responsabilidade sobre sua trajetória de ascensão. Acreditam que melhorar de vida depende unicamente do esforço e do sacrifício individual e das famílias. Este esforço inclui uma boa vontade cultural (BOURDIEU, 1983), disposição para aprender, ter mais informações que possam contribuir para uma melhoria de vida, o que acaba por legitimar um estilo de vida da classe superior. A maioria não faz relação de sua ascensão com o contexto social, a política e a economia. Uma percepção neste sentido é feita com relação ao curso superior, onde apontam uma melhoria no acesso. Ficou mais fácil cursar uma faculdade, principalmente nos dois casos em que os entrevistados utilizaram o PROUNI. É claro que o esforço pessoal é considerado também uma

questão de mérito, mas o problema é limitar a ascensão a uma questão individual e isolar o contexto social e o campo das oportunidades.

Mas o principal motivo da ascensão apontada pelos entrevistados é a persistência no trabalho e o esforço individual e familiar, numa clara demonstração de que para eles, o mérito é individual e que a ascensão não está ligada às oportunidades. Para os entrevistados, o sucesso ou fracasso são fatores exclusivamente de responsabilidade individual, num processo perverso, que não leva em consideração o mercado de oportunidades entre as classes sociais.

Dos 11(onze) entrevistados, somente três citaram a estabilidade econômica e o acesso à universidade. Na estabilidade econômica, uma das entrevistadas citou o Plano Real, lançado em 1994, bem anterior ao período da ascensão, o que demonstra uma despreocupação com as políticas mais recentes. Esta entrevistada tem 43 anos e vivenciou o período de hiperinflação, tendo, portanto, uma referência da crise inflacionária. Já entre os entrevistados mais jovens não existe esta experiência.

Acho que as coisas melhoraram muito nos últimos anos. Ficou mais fácil comprar depois do real. Antes a gente não podia comprar quase nada. Agora posso comprar móveis, roupas, consegui reformar minha casa, troquei todos os móveis à prestação. Antes para comprar à prestação a gente não conseguia, as lojas exigiam renda, referência...eu não podia comprar porque não tinha carteira assinada, agora chego com o cartão e compro o que quero e eles nem perguntam quanto ganho.(E8)

Os entrevistados desenvolvem uma sociabilidade¹¹⁴ como concebida por Simmel (2006), um jogo social, uma forma lúdica de sociação, onde constroem as relações e fazem interações que garantem a unidade do grupo. Na sociabilidade, as relações sociais se pautam pelo prazer e satisfação da sociação, conforme descreve Simmel (2006), diferente da simples interação, onde prevalecem os impulsos e a busca de um interesse. A sociabilidade tem papel simbólico e preenche a vida das pessoas (SIMMEL,2006). Esta situação, evidente, não é privilégio da nova classe C, pode estar presente em qualquer classe social, mas é um aspecto muito relevante entre os entrevistados.

¹¹⁴ Forma de interação dos indivíduos saindo da individualidade para se sociar com o outro numa relação de prazer e satisfação, na construção de possibilidades. A interação é composta pela forma (maneira de estar com o outro) e conteúdo (sentimentos, desejos, impulsos individuais).

Os laços comunitários são fortes, numa formação em rede conforme descreve Barnes (1987) e Molina (2001). “Formam uma rede de laços sociais entre pares de pessoas, que se origina a partir de considerações de parentesco, amizade e reciprocidade” (BARNES, 1987, p.184). As comunidades se reconhecem, as pessoas se conhecem e estabelecem algum tipo de relação, direta ou indireta, no conceito de Barnes (1987, p.164) de “impingir” umas às outras.

Um aspecto comum forte entre os entrevistados, representativo desta sociabilidade, é o laço comunitário com seus locais de origem que não se desfazem ou são mantidos em parte. Dos 11 entrevistados somente um deles se mudou para outra cidade por motivo de trabalho (Rio de Janeiro), mas mesmo assim próximo a parentes, que já residiam nesta cidade. Uma entrevistada retornou à sua cidade de origem. Os demais se mantiveram em seus bairros ou regiões muito próximas, mesmo com a melhoria de renda, não perdendo os vínculos com amigos e parentes. Para eles, a ascensão representou uma melhoria de vida e consumo, mas não se afastaram de seu meio. As novas residências foram adquiridas nas mesmas regiões onde moravam com os pais e foram criados e quem já possuía casa antes da melhoria de vida, reformou o imóvel e ofereceu mais conforto.

É muito comum as famílias se manterem muito próximas geograficamente, residindo no mesmo bairro e até mesmo no mesmo espaço, dividindo moradias em um mesmo terreno. Três entrevistados são solteiros e continuam morando com os pais (E11, E2, E3). A entrevistada E11 divide o mesmo lote com duas irmãs que construíram nos fundos e na laje da residência dos pais. A entrevistada E10 também divide o mesmo terreno com os dois filhos e a mãe. O entrevistado E7 construiu sua casa no mesmo terreno do sogro. E a entrevistada E6 mora nos fundos da casa de seus pais, dividida na época em que se casou.

Um exemplo desta sociabilidade e vínculo comunitário e familiar foi a realização de um bingo¹¹⁵ no dia 21 de julho de 2013, acompanhado pela pesquisadora,

¹¹⁵ Os bingos foram permitidos por lei em 1993, conhecida como a Lei Zico, já que destinava também beneficiar os clubes de futebol. Em 1998 foi alterada para permitir o caça níquel, passando a ser denominada Lei Pelé. O bingo e o caça níquel foram proibidos definitivamente em 2004, por medida provisória do então presidente Lula. Na prática a repressão só é feita sobre os caça níqueis e bingos eletrônicos, sendo tolerado o festival de prêmios comunitário e filantrópico.

organizado por amigos e familiares da entrevistada E11, cadeirante, com o objetivo de angariar fundos para a sua formatura no curso superior de Pedagogia. Cada cartela custou R\$10,00 (dez reais) e os prêmios (edredom, panela de pressão, secador de cabelos, produtos de beleza da Natura, cento de salgadinhos, utensílios de cozinha) foram todos doados pelos próprios participantes, amigos e parentes. Cerca de 150 pessoas participaram do evento, que além do jogo, ofereceu um bar vendendo refrigerante, água, cerveja, churrasquinho e canjica doce, na sede de uma associação beneficente do bairro.

O bingo se transformou em uma festa de confraternização e se desenrolou por cerca de três horas, numa aparente desorganização, tolerada por todos, em nome da causa justa. Um ambiente semelhante ao conceito de Elias (1994) de “descontrole controlado” e de Featherstone (1995) de “redutos de desordem cultural ordenada”. O ambiente se mostra desordenado, desorganizado, descontrolado, mas funcional.

A religião pode ser também uma forma de sociação, manifestação e preservação dos laços comunitários como observado pela pesquisadora. Todos os 11 entrevistados afirmam ter uma religião.



ILUSTRAÇÃO 34 Centro Grupo Espírita em Busca da Caridade, Rua Luiz Rocha, Bairro Eldorado, frequentado pela entrevistada E11 (arquivo pessoal).



ILUSTRAÇÃO 35 Igreja Shekinah, Rua Miguel Couto, Bairro Esplanada, frequentada pela entrevistada E10 (arquivo pessoal).

Ações de voluntariado também foram observadas, mesmo com as dificuldades e a rotina diária de trabalho. A entrevistada E10 dedica as noites de quarta-feira ao trabalho comunitário junto à população de rua, realizado pela Igreja Missionária Shekinah.

Eu já faço um trabalho com pessoal de rua né, não faço só na área de assistência social, mas na área pastoral, eu sou pastora, a gente vai às quartas-feiras, a gente leva carinho aquelas pessoas, um ombro amigo para que nós possamos ouvir eles. Às vezes tem alguma indicação e a gente vai lá e encaminha o caminho certo. São recicladores, mesmo eles estando na rua, muitos trabalham, reciclam pegam material e levam para o depósito para ganhar o sustento deles. Nós levamos roupas, alimento jantar, um lanche e o mais importante Jesus. A gente não pode levar Jesus com o estomago vazio. Então nós temos de dar o alimento físico e depois o alimento espiritual. Isto é um projeto muito bonito que ocupa o nosso coração lá na igreja que eu frequento, a Igreja Missionária Shekinah. E tem sido muito bonito o trabalho que nós temos feito há um ano este projeto. Tem sido muito bom, muito lucrativo.

E11 também realizou voluntariado junto a um abrigo de idosos:

Eu frequentava o João de Freitas¹¹⁶. Todo domingo eu ia pra lá para visitar e ficava horas conversando com os idosos e eu já tinha imaginado algo para fazer lá. Uma vez eu levei uma senhora, uma amiga, em Leopoldina para participar do Concurso de Poesias Augusto dos Anjos. Ela ganhou em segundo lugar num ano e no outro ano em primeiro, dois anos consecutivos. E ali eu vi que tem muita gente lá dentro com muita capacidade. Pensava em fazer algo pra lá, escrevi até numa agenda e esta agenda se transformou no projeto.

A entrevistada E11 também se envolveu com a militância na defesa dos direitos dos cadeirantes e melhoria dos equipamentos urbanos de acessibilidade, depois de passar por várias dificuldades para trabalhar e estudar. Chegou a fundar uma associação, mas atualmente prefere as ações independentes, depois de se decepcionar com o poder público e representantes de entidades representativas, conforme explica.

¹¹⁶ Fundação Espírita João de Freitas, fundada em 1934, oferece abrigo a idosos no sistema de casas, atende cerca de 80 idosos.

Eu entrei numa associação que não faço parte mais, cheguei a ser presidente dela, foi uma associação criada por mim e outra pessoa, depois eu sai e hoje a gente se reúne toda quinta-feira, de uma forma independente, eu e mais três pessoas com curso superior pra gente discutir a questão da acessibilidade e ver o que está acontecendo em Juiz de Fora e no Brasil, pra buscar mesmo, a gente não tem nenhum partido envolvido nada envolvido, só a gente mesmo para discutir esta questão. E aí a gente cobra de uma forma que não tem problema pra gente, porque não tem nada, vínculo com ninguém, só pela causa mesmo.

Esta posição de militância independente, como se não fosse legítimo algum partido ou entidade cobrar medidas do poder público e mais “bem visto” eles cobrarem como indivíduos que precisam do serviço, tem relação com a experiência vivida na associação em que E11 foi presidente e ajudou a fundar. Uma integrante, que também foi presidente da entidade, assumiu um cargo público municipal no setor de apoio aos deficientes físicos e depois foi candidata a vereadora e segundo E11, passou a ter uma posição menos combativa.

Às vezes as pessoas que estão envolvidas em Juiz de Fora com esta questão entram para partido político ou entram na Prefeitura. Então para não bater de frente e não perder o emprego não fala. Quem deveria se movimentar mais porque tá lá dentro fica assim, vou perder meu emprego, cheio de situações, envolve a parte política.

E11 iniciou uma campanha na imprensa e principalmente nas redes sociais pela adaptação das rampas para cadeirantes, depois que sofreu uma queda numa rampa inadequada, em 2014. Ela registrou boletim de ocorrência e encaminhou ofício ao Prefeito e Câmara de Vereadores exigindo a reforma das rampas dentro das normas técnicas. Ela foi convidada pela Prefeitura a participar de um levantamento de todas as rampas e apontar as reformas necessárias.

Quando eu caí na Rio Branco na esquina com a Independência, que hoje é a Itamar, eu fui atrás de buscar os responsáveis por aquela situação. E só foi resolvido cinco rampas, a promessa era toda a Rio Branco e partir depois para outras ruas do centro e dos bairros. Só cinco, porque a gente falou que ia lá e ia levar um pedreiro para resolver a situação. Quando eu falei, na outra semana eles começaram a obra. Agora parou tudo.

A situação da cidade ainda é muito precária como relata E11:

Não são só as rampas, as calçadas também, não tem fiscalização, se você olhar. Quem anda tem um olhar, quem não anda tem outro. Eu ando mais na rua do que nas calçadas, porque o asfalto querendo ou não, mesmo com a irregularidade dele costuma ser mais reto que as calçadas, que prioriza as garagens. A pedra sabão solta, vira uma cratera, a roda agarra e agente fica...não existe fiscalização para nada. Aqui está muito difícil, tem de trabalhar muito, cobrar muito.

A locomoção, apesar de ter melhorado muito ainda é um problema para E11. Cerca de 80% dos ônibus urbanos já são adaptados, mas o equipamento é precário.

O ônibus melhorou muito a quantidade, mas a qualidade deixa a desejar. Não passam por manutenção, então o elevador estraga e como o pessoal não sabe mexer eles pulam em cima daquilo. Depois que liberou a porta do meio então ficou pior, porque as pessoas saem todo mundo por ali e querendo ou não vai soltando. Se tivesse um engenheiro que projetou ele pensaria. A gente entra de costas e já bate no ferro. Os projetos não são funcionais para dar qualidade de vida. Inseguro, alto, tem de passar por uma mudança séria. Eles têm medo, porque a maioria dos motoristas e trocadores não sai do lugar, eu já estou acostumada a subir e descer sozinha, agora alguns morrem de medo e vão lá pra frente, pera ai, não mexe não. Cai mesmo, cai sim.

Ela já passou por vários acidentes como relata:

Um dia entrei no ônibus, o motorista não esperou coitado, ficou branco, pediu mil desculpa o mês inteiro - eu entrei e quando fui sair ele não esperou eu chegar à plataforma, ele desceu e eu fiquei pendurada, a sorte que eu segurei no ferro e falei volta, volta, ai ele voltou senão caia lá embaixo. Fora disto, os motoristas já estão acostumando com a ideia. No início passei por muita coisa. Motorista, trocador, os próprios passageiro reclamam, se o ônibus estragar com a gente lá dentro nossa..... na hora de pico, pode saber, o pessoal deve estar te xingando nem se for mentalmente. E a gente não é responsável.

E11 também desenvolveu uma posição mais consciente de seus direitos depois que ganhou autonomia.

O direito é meu direito e eu não me importo com isto não, antes eu ficava incomodada, com aquela sensação de eu ter de entrar no ônibus e dar satisfação para onde eu vou, entendeu, como se eu tivesse esta obrigação de dizer que eu estou usando o ônibus porque eu vou ao médico, hoje não, posso ir para o motel, mas é meu direito. Vou entrar e sair na hora que eu quiser.

Ela também passou a encerrar algumas dificuldades com bom humor como na faculdade.

Tinha uma sala lá com acesso a computador, quando cheguei lá a bancada era altíssima, muito alta. Aí eu falei Jesus, que muralha da China é esta. Estava todo mundo do lado de dentro do laboratório no vidro e ninguém me viu. Aí eu falei caramba, tenho de fazer alguma coisa, aí comecei a apagar e ascender a luz, aí eles vieram, veio o chefe do departamento e falei, não pode isto aqui, a instituição não tem só eu de cadeirante, mas também pessoas de baixa estatura. Aí me perguntaram o que poderia ser feito e orientei.

A entrevistada E4 também se envolveu com a militância e em 2012 se candidatou a vereadora na sua cidade de origem¹¹⁷, onde passou a residir e a trabalhar como radialista, numa emissora de rádio local.

¹¹⁷ Cidade de Santos Dumont, a 54 quilômetros de Juiz de Fora, com população estimada em 47.559 (IBGE, 2015), 37.077 ELEITORES, IDH de 0,741, GINI 0,47 e incidência de pobreza de 37,94%. A Câmara Municipal tem 11 (onze) vereadores.

Decidi ser candidata por causa do meu trabalho jornalístico junto à população da cidade. Conhecendo sua realidade vi que era necessário fazer algo mais por ela, além de só expor seus problemas. E encontrei na política o caminho para isso. Tive 109 votos. O meu partido [PT] todo foi mal votado. Os únicos dois que se elegeram entraram com 400 e 500. Teve candidato de outra legenda entrando com pouco menos de 300.

E4 conta que seu objetivo era ajudar as pessoas que sempre recorriam a ela na rádio para solucionar problemas com o poder público, mas se decepcionou com a política e também com os eleitores.

Assim como meus propósitos eram ajudar as pessoas não quis seguir os moldes de políticos atuais. Fiz campanha do jeito que acredito ser o certo. Em momento nenhum usei a rádio como palanque, e meus padrões podem confirmar isso. Não gastei um centavo do meu bolso. Só usei o espaço do programa eleitoral gratuito os "santinhos" fornecidos pelo partido. Gastei sola de sapato, aproveitei o afastamento do trabalho com o tempo livre para rodar cada cantinho da cidade e conhecer seus problemas. Mas em um mundo político em quem ganha é quem vende mais o peixe (ou compra o pescador) não basear a campanha política em marketing é sinal de derrota quase iminente. Em várias ocasiões, eleitores ao invés de expor os problemas de sua comunidade, pediam favores pessoais, desde muro de arrimo nos fundos da casa, até cesta básica. Eu tentava explicar a eles qual era a real função de um vereador, mas sentia que a voz ecoava pelo deserto.

Apesar disto pretende se candidatar nas eleições de 2016¹¹⁸.

¹¹⁸ Pelas novas regras do TSE nas eleições de 2016 os candidatos só poderão gastar 70% do valor declarado nas eleições de 2012. Assim, em Santos Dumont, o limite máximo de gastos para vereador será de R\$ 5.372,05 e para prefeito de R\$ 479.692,82.

Quanto a sair candidata, vou sim. Mas assim como fiz na eleição passada faço minha oração a Deus pedindo que se for para eu ganhar, mas de alguma forma não conseguir ajudar as pessoas, então que eu não consiga votos suficientes. Não tenho pretensão de me tornar vereadora pelo status quo, ou pelo dinheiro que os edis recebem. Passadas as eleições várias pessoas com quem conversava diziam que não ficaram sabendo que fui candidata e isso acontece ainda hoje. De qualquer forma não me arrependo e se pudesse contar não faria nada diferente. Acredito que o ser humano não deve ir contra suas convicções para obter algum tipo de vantagem. Sei que quem pensa assim nesse mundo é devorado, mas, só tenho duas escolhas, manter minhas convicções ou compactuar com o que ai está, e sinceramente fico com a primeira opção.

No primeiro ano do mandato do novo prefeito, a entrevistada E4 passou por várias dificuldades profissionais devido à sua posição de criticar e denunciar a administração pública em seu programa de rádio. A cidade passa por vários problemas de infraestrutura e uma série crise na saúde como fechamento do hospital filantrópico, obrigando a população a buscar atendimento em Juiz de Fora.

Depois de tudo isso as coisas ficaram difíceis inclusive profissionalmente. Na atual administração fui sutilmente proibida de expor os problemas da cidade como fazia antes, para não causar mal estar com o prefeito. Mesmo assim, ele foi a público na rádio em que trabalho e no ar disse que eu era parcial e tendenciosa por ter filiação partidária contrária a dele. A locutora que o entrevistava também tem filiação partidária, mas é do mesmo partido dele [PP]. Os ouvintes ficaram fulos. Eu não estava ouvindo a radio quando o meu telefone começou a tocar e pessoas me pararem nas ruas para comentar o acontecimento. O prefeito ainda ofendeu dois vereadores da cidade que obtiveram direito de resposta na rádio. A mim coube apenas o silêncio. Os diretores da rádio não saíram em minha defesa e não permitiram que eu o fizesse. Eu ia buscar a Justiça, pois consegui as gravações da entrevista, mas um amigo advogado me disse que ia ser dispendioso e demorado. Então resolvi deixar pra lá¹¹⁹.

¹¹⁹ O prefeito de Santos Dumont é empresário, dono de uma das empresas mais tradicionais da cidade, foi eleito pelo PP. A emissora de rádio pertence a um político de Juiz de Fora, filiado ao PMDB.

Os entrevistados também demonstram com recorrência os sentimentos de felicidade e esperança. A felicidade assume o caráter de patrimônio da classe. Todos se consideram felizes, mesmo relatando dificuldades passadas e presentes. Como o capital econômico ainda é baixo, apesar da melhora de vida, não depositam todas as esperanças de felicidade nos bens de consumo, apesar de serem também muito importantes. Valorizam o capital familiar, a saúde, os amigos, o casamento, os filhos, como afirma E4.

As pessoas tem o hábito de condicionar à felicidade. Deixam para ser feliz sempre amanhã. Casa mais diz só vou ter filhos quando tiver casa própria, bom emprego e estabilizado. Quando na vida que podemos dizer que estamos realmente estabilizados? Não condicione a sua felicidade, não deixe para ser feliz amanhã. Falo isso porque fico vendo pessoas queridas retardando a felicidade. Pra mim a felicidade está na família! Filhos não dão tantas despesas e nem são um empecilho como as pessoas dizem: filhos são a herança do senhor e enchem a nossa vida de beleza e alegria. Seus filhos só vão querer roupas de marca, e ter um guarda-roupas repleto se vocês os ensinarem a ser capitalistas. Ensine a eles que o amor é o essencial e todo o resto fica em segundo plano. Gosto de usar o meu exemplo não para dizer que sou melhor do que ninguém, por que não sou, mas para mostrar que é possível. Fui mãe aos 18 anos e isso não me impediu de fazer faculdade. Ter quatro filhos não me impede de trabalhar. Quando engravidei da minha primeira filha eu tinha 18 anos e ganhava salário mínimo, meu marido, na época meu namorado nem trabalho tinha. Quando minha filha nasceu meu marido era Fuzileiro Naval, mas apenas recruta e não ganhava muito. Hoje 14 anos depois, eu tenho 33 anos, quatro filhas, casa própria, carro zero, e outro não tão zero, e uma felicidade sem tamanho. E vejo pessoas da minha idade que ainda estão esperando...Estão esperando pelo o quê? Por uma realização que nunca vai chegar, ou que quando chega é suplantada por outra e por outra e nunca se tem a noção da felicidade plena.

A esperança também é uma constante no discurso dos entrevistados. Esperança de melhorar de vida, ter mais conforto, formar os filhos, comprar a casa própria, comprar um veículo mais novo, abrir o próprio negócio. E para isto fazem um grande esforço que se traduz em uma pequena poupança, planejamento do orçamento familiar, economia doméstica e definição de prioridades. Esta característica de saber planejar e pensar o futuro os afasta da possibilidade de descender. Quanto mais se planeja o futuro, menor é o risco de fracasso e mais chances se tem de manter a posição.

4.2 O AMBIENTE DOMICILIAR

Com relação aos bens, no ambiente domiciliar, as residências são dotadas de bens eletrodomésticos e eletrônicos básicos, sem muita sofisticação. O fogão em sua maioria é de quatro bocas e a geladeira de uma porta, por exemplo. Nenhum dos entrevistados possui ar condicionado ou freezer. Somente um entrevistado não possui aparelho de televisão tela plana e ainda mantém um aparelho a tubo. Os demais equipamentos domésticos, entretanto, foram renovados no período da ascensão.

TABELA 35 BENS AMBIENTE DOMICILIAR

	Número
Fogão 4 bocas	7
Fogão 6 bocas	4
Geladeira uma porta	9
Geladeira duas portas	2
Freezer	-
Micro-ondas	8
Aspirador de pó	6
Ventilador	10
Ar condicionado	-
Máquina de lavar roupa	9
Tanquinho	-
Aparelho de som	6
TV LCD, plasma	10
Vídeo game	2
TV tubo	1

Uma alteração no ambiente doméstico apontada pelos entrevistados, possível com a melhoria de renda é a presença de empregado doméstico mensal e diarista. Uma família entre os entrevistados tem empregada doméstica mensal, uma babá, para cuidar da filha enquanto o casal trabalha fora. A empregada doméstica, entretanto, não é registrada. Duas famílias também puderam contratar uma diarista para a faxina a cada 15 dias.

A casa própria é um bem posicional e simbólico, importante entre os entrevistados e é também um forte indicador de permanência de classe, já que garante

segurança e estabilidade. O imóvel próprio é o bem mais urgente, desejado e também realizado entre os entrevistados. Das 11 (onze) famílias pesquisadas, 9 (nove) possuem imóvel próprio e somente duas pagam aluguel. A maioria também reside em casas.

TABELA 36 TIPO MORADIA

	N
Casa	9
Apartamento	2
TOTAL	11
imóvel próprio	8
quitado	
imóvel financiado	1
Imóvel alugado	2
TOTAL	11

Um dos imóveis foi adquirido através de financiamento pela Caixa Econômica Federal, os demais foram construídos aos poucos com recursos próprios, a partir de uma pequena herança ou cessão dos pais, de terreno, parte de terreno ou divisão da própria casa dos pais. São soluções estratégicas, ajustes e acordos familiares que permitiram a gestão de pequenos bens, o que demonstra uma fraca independência financeira.

Três entrevistados ainda moram com os pais em residências próprias adquiridas anteriormente. Cinco entrevistados adquiriram os seus imóveis na década pesquisada e um entrevistado reconstruiu a moradia deixada pelos pais.

Estas novas residências, na maioria das vezes, foram construídas sem regularização junto aos cadastros municipais e planejamento de engenharia, o que reduz bastante o custo e não gera impostos como o IPTU (Imposto Predial Territorial Urbano). Também a mão de obra é mais em conta, contando com ajuda de membros da família e dos próprios donos em alguns tipos de serviços, como ajudante de pedreiro, eletricista e bombeiro hidráulico.

São residências pequenas, mas confortáveis e seguras, apesar da precariedade legal em que são feitas, já que não possuem cadastro de imóveis e nem escritura, o que futuramente pode gerar conflitos. Além disto, estes arranjos familiares são feitos através

de contratos verbais, baseados na confiança e nos laços familiares, o que pode gerar disputas futuras por herança e partilha de bens entre os filhos. Esta fragilidade jurídica, entretanto, não preocupa os entrevistados. Os contratos verbais possuem para eles, o mesmo valor que os contratos escritos.

TABELA 37 SITUAÇÃO AQUISIÇÃO MORADIA

SITUAÇÃO	N
Financiamento	1
Reforma herança	1
Divisão lote	2
Divisão casa dos pais	1
Construção terreno adquirido	1
Mora com os pais em casa própria da família.	3

A entrevistada E6 construiu a casa própria para se casar. Os pais resolveram dividir a casa onde a família morava para que a filha pudesse ter a sua casa própria. Uma parte da residência foi adaptada e construído um banheiro, cozinha, quarto, sala e área de serviço, com 24 metros quadrados. A mesma estratégia já tinha sido usada anteriormente na família. A laje da residência foi cedida para construção de outra filha que também se casou.

O entrevistado E7 construiu sua casa de 50 metros quadrados, com quarto, sala, banheiro, cozinha e área de serviço, também para se casar, em parte do terreno cedido pelo sogro, dividindo o mesmo lote. O imóvel não é regularizado como ele mesmo afirma “minha casa não, do meu sogro, porque construí no terreno dele”. Para a construção E7 trabalhou nos finais de semana como ajudante de pedreiro e contou com ajuda de um irmão que faz bicos como pedreiro.

A entrevistada E8 fez um percurso semelhante. Casou-se e continuou morando com o pai viúvo em um pequeno imóvel muito antigo e precário. Durante 18 anos, ela e o marido reformaram e ampliaram o imóvel, praticamente construíram outra casa, também sem regularização. O pai faleceu e não foi feito inventário. E8 é filha única de

um segundo casamento, mas possui irmãos do primeiro casamento do pai e confia num acordo familiar.

Quando casei continuei a morar com meu pai aqui mesmo. A casa é minha, tenho outros irmãos do primeiro casamento de meu pai, mas todo mundo tem a sua casa. Esta ficou só pra mim. A casa era muito velha, pequena, caindo, tinha porão, o assoalho do quarto caiu, o telhado também. Quando eu era criança brincava no porão. Meu pai não tinha dinheiro para arrumar era aposentado. Depois que eu casei começamos a arrumar a casa. Foi em 1997. Tem 18 anos. Reformei com a gente morando aqui. Ficou sem parede tudo aberto. Aterramos o chão. Quando tirou o assoalho estava tudo podre. Meu marido colocou uma pinguela pra gente passar. No início a gente fazia uma reforma por ano, no final do ano, quando recebia o 13º salário. A gente juntava o ano todo, economizava o salário dele, os meus bicos, as férias, o PIS dele e comprava o material à vista e pagava o pedreiro. O servente era eu e meu marido. Agora as coisas melhoraram e a gente faz reforma duas vezes no ano, no meio do ano nas férias dele e no final do ano. Já fizemos o piso, colocou laje, aumentei a cozinha, fiz copa, área, um quarto maior, cimentou o quintal, murou o terreno, trocou as portas e janelas, agora é tudo de alumínio. Teve de fazer coluna e tudo pra por a laje. O banheiro tem box de blindex. Arrumou a frente também e o reboco das paredes que estava podre. Fez a casa quase toda mesmo. Foi muita luta, muito sacrifício, mas valeu a pena. Ainda falta. Quero fazer mais um banheiro. Já tem o local, falta tudo dentro. Também vou passar gesso no teto. Tem de arrumar o corredor também.

A entrevistada E10 também mora em casa própria construída em terreno da família, onde também residem em casas separadas, sua mãe, uma irmã e os dois filhos casados, num total de cinco residências.

Também na família da entrevistada E11 ocorre a mesma situação. Ela mora com os pais na casa principal e as duas irmãs casadas construíram no mesmo terreno, uma moradia nos fundos do lote e outra na laje, ainda sem regularização dos imóveis. Existe ainda uma pequena moradia nos fundos da casa principal, que rende um aluguel para complementar a renda da família. A moradia dos fundos foi edificada numa área irregular, em cima de um córrego que percorre o terreno, aproveitando o espaço.

As famílias pesquisadas são em sua maioria pequenas, com 1 a 2 membros. Somente uma família é numerosa com seis integrantes sendo um casal e quatro filhos menores.

TABELA 38 NÚMERO PESSOAS NA RESIDÊNCIA

	N
1 a 2	6
3 a 4	4
+ 5	1
TOTAL	11

As residências em sua maioria, 8 (oito) possuem um banheiro. Duas moradias possuem 2 (dois) banheiros e uma moradia, 3 (três) banheiros. Estas informações foram cedidas pelos entrevistados, uma vez que nem todas as residências foram visitadas pela pesquisadora.

Quanto ao tamanho, as residências variam de 24 a 150 metros quadrados, sendo a maioria delas na faixa de 50 a 100 metros quadrados, num total de cinco moradias. Dos 11 (onze) entrevistados, a pesquisadora visitou 5 (cinco) residências dos entrevistados E11, E10, E7, E8 e E5. Os outros 6 (seis) receberam a pesquisadora em seus locais de trabalho ou em locais públicos. A escolha do local da entrevista ficou a critério do entrevistado.

As residências visitadas são confortáveis, mesmo as menores, com equipamentos necessários às famílias, muito organizadas internamente, apesar de externamente algumas serem inacabadas. Como no caso da entrevistada E11, que mora com os pais e um irmão. Duas irmãs construíram no mesmo terreno, uma na laje e outra nos fundos. Internamente as casas são acabadas, mas a parte externa tem acabamento precário e desníveis na laje e assimetria de janelas e acessos. Isto demonstra uma preocupação maior com o conforto pessoal e menor em relação à aparência e demonstração de riqueza.

A residência construída na laje tem dois pavimentos em desnível (no primeiro ficam a sala e cozinha e no segundo os dois quartos), e um terraço com área de lazer com churrasqueira e uma piscina de montar. A moradia de cerca de 100 metros quadrados térrea é adaptada para a entrevistada que é cadeirante, com portas mais largas na entrada, no quarto e banheiro, sem degraus. Uma reforma depois do acidente melhorou as condições e adaptação da moradia.



ILUSTRAÇÃO 36 Residência da entrevistada E11, Rua Luiz Rocha, Bairro Eldorado (arquivo pessoal).

E10, atualmente reside em uma casa própria da família, mas na época da pesquisa morava em um pequeno apartamento alugado num conjunto residencial de fundos, de dois quartos, de 50 metros quadrados. A sala foi transformada em sala de costura. A área privada se resumia a dois pequenos quartos e cozinha.

E7 construiu uma casa de 50 metros quadrados no mesmo terreno do sogro, com base para fazer um segundo andar, onde ficariam os quartos, numa vila residencial. A sala do primeiro piso seria ampliada com o quarto. A moradia tem um quarto, sala, cozinha, banheiro e área de serviço. A pequena sala comporta um sofá, uma televisão e uma estante onde ficam dois computadores de mesa do casal que passa horas jogando *on line*.



ILUSTRAÇÃO 37 Residência do entrevistado E8, Rua Bernardo Mascarenhas, Bairro Fábrica (arquivo pessoal)

E8 mora com o marido em uma casa que está reformando há mais de 15 anos, praticamente reconstruindo uma pequena residência que recebeu como herança após a morte dos pais. O casal não ter filhos. A residência é ampla, bem dividida e acabada, com cerca de 120 metros quadrados, dois quartos, sala, banheiro, cozinha, área de serviço, quintal e terraço. A reforma foi feita com muito sacrifício e ainda falta construir um segundo banheiro conforme seus planos. A fachada da casa é bem acabada e foi feita antes mesmo do acabamento interno, demonstrando uma preocupação com a aparência externa da residência. Os móveis antigos foram todos trocados e pagos no crediário. A cozinha é o ambiente mais amplo da casa com abertura para a sala por meio de um balcão de granito.



ILUSTRAÇÃO 38 Residência entrevistada E9,
Rua Bernardo Mascarenhas, Bairro Fábrica (arquivo
pessoal)

E5 mora com o marido e a filha num pequeno apartamento de 50 metros quadrados, de um conjunto habitacional financiado pela Caixa Econômica Federal, de dois quartos, sala e cozinha. As vigas são aparentes na laje. O conjunto é seguro, todo murado e tem área de lazer e bastante espaço arborizado. Recentemente passou por reforma na área externa dando mais conforto e segurança aos moradores, com instalação de portões e ampliação do muro.



ILUSTRAÇÃO 39 Residência da Entrevistada E5, Rua Paracatu, Bairro Santa Terezinha (arquivo pessoal).

A nova classe média consome objetos e bens misturando gêneros e hierarquias muito comuns nas construções e na decoração das casas. São objetos que poderiam ser classificados pelo que Eco (1979) considera esteticamente como *kitsch*¹²⁰, uma representação popular, simplificada, residual, imitando a arte, ou “brega” na terminologia popular ou “arte da felicidade” para Molles (1986). Também Bourdieu (2007) se refere a este termo quando cita o *Palais Ideal du Facteur Cheval*¹²¹, na

¹²⁰ O termo *kitsch* é usado em estética para designar mau gosto artístico e foi usado pela primeira vez entre artistas e colecionadores de arte em torno de 1860 e 1870. Existem várias etimologias do termo. A palavra derivaria do termo alemão *kitschen* (atravancar) e *verkitschen* (trapacear). Remontaria também ao termo *sketch* (esboço), baseado na vontade dos turistas norte americanos de comprar quadros mais baratos, nas feiras de rua de Munique. Os artistas então elaboravam esboços para atender os compradores. No dialeto *mecklemburguês* existia a palavra *kitschen*, que significa “tirar a lama da rua”. Outra significação do termo seria “reformatar móveis para fazê-los parecer antigos” e ainda o verbo *verkitschen* que significa “vender barato”. O termo se estende a vários campos como artes plásticas, literatura, comportamento, música e objetos do dia a dia, como souvenir, miniaturas, objetos de decoração e devoção e talismãs (ECO, 1979). O *kitsch* se popularizou na década de 1930 com as formulações de Theodor Adorno (1903-1969); Hermann Broch (1886-1951) e Clement Greenberg (1909-1994). Adorno aborda o kitsch como produto da indústria cultural. Broch atribui ao termo o sentido da imitação. Greenberg define o *kitsch* como arte da cópia, das “sensações falsas”.

¹²¹ Palácio construído pelo carteiro Joseph Ferdinand Cheval (1836-1924) em Hauterives, França, durante 33 anos. Cheval juntou pedras e construiu o castelo as unindo com arame, cal e cimento, com figuras bíblicas e da mitologia hindu, a partir de 1879. Em 1969, o governo francês declarou a obra

França. No Brasil, dentro do mesmo conceito temos o exemplo da Casa da Flor¹²², em São Pedro da Aldeia, Rio de Janeiro, composições muito próximas da arte *naif*.

É possível observar nas residências visitadas objetos de decoração e utensílios como vasos de flores artificiais, quadros de gravuras diversas (natureza, religiosos, Santa Ceia), porta retratos temáticos, imãs de geladeira, enfeites de porta, vasos e figuras em louça, coleções, espelhos, relógios de parede, objetos de cozinha (“puxa saco”, toalhas com ilustração de porcos e galinhas) e alguns modismos também como bolas de vidro ou louça em centros de mesa.

Entretanto, os conceitos de *kitsch* (ECO, 1979), bom gosto e mau gosto são juízos de valor, conforme Bourdieu (2007), significações, um julgamento de uma classe sobre outra classe. O gosto é expressão do *habitus* de classe, dependendo de onde e de quem observa. Esta posição vai determinar o que se vê, o modo de ver e o uso do bem.

Além disto, a sociedade contemporânea tem a capacidade de transformar objetos considerados *kitsch* ou de mau gosto pelas elites e pelos especialistas, em objetos de moda ou arte e, portanto, valorizados num outro mercado consumidor. Estes objetos passam por outro filtro e processo de ressignificação, integrando o mundo dos bens desejados pelas elites. Assim os objetos mudam de espaço e significado, num processo de ressignificação, dependendo do gosto da classe que o consome e avalia.

Bourdieu (2008) também faz uma referência ao ciclo (curto ou longo) dos objetos técnicos e simbólicos que podem mudar de significação decorrido certo tempo. Os objetos podem sair de uma condição inicial e assumir outras formas. Assim podem ter condição de uso e após um tempo passar para a condição de fora de uso; da moda ao *démodé*; da moda, passando pelo *démodé* e atingindo a posição de antiguidade e da vanguarda ao clássico.

patrimônio cultural. Elogiado por Breton e Pablo Picasso é considerado exemplo de arte *naif*. É aberto a visitação pública e palco de eventos culturais. www.facteurcheval.com.

¹²² Casa de arquitetura espontânea construída pelo operário das salinas Gabriel Joaquim dos Santos (1892-1985) com restos de construção, cacos de cerâmica, louça e ladrilho. Tombada em 1986 pelo Patrimônio Cultural Fluminense. Recebeu este nome devido a uma rosa feita no jardim em concreto, pedaços de louça e lâmpadas. www.casadaflor.org.br.

4.3 OS NOVOS HABITOS DE CONSUMO DE BENS E SERVIÇOS

A nova classe média apesar de ter alcançado uma situação econômica melhor que possibilitou acesso ao mundo de bens antes inacessíveis, ainda está bastante ligada à sua situação anterior. Consomem mais, em maior quantidade e qualidade e fazem mais o que já faziam antes. “Podem se dar ao luxo” e ganharam o gosto pelos bens, substituíram o “gosto da necessidade” pelo “gosto do luxo” (BOURDIEU, 1983). O consumo não serve mais para atender as necessidades básicas, mas para realizar desejos como observa Baumann (2001).

Assim, livre da urgência, a nova classe média, que consumia para a sobrevivência, busca no consumo o prazer e a felicidade que bens e serviços podem proporcionar numa conduta hedonista conforme descreveu Campbell (2001), uma vez que a satisfação da carência já é garantida pela maior abundância.

O luxo aqui é definido pela sua raridade no uso pelas classes (OLIVEIRA LIMA, 2008) e não pelas qualidades do bem ou capital econômico investido. Assim o luxo vai depender de quem usa. O luxo na classe C não se relaciona com o desperdício, o supérfluo ou o dispêndio, mas sim com a qualidade de vida e o conforto adquirido.

O indivíduo da nova classe média também tem medo de consumir produtos que o afastem muito de seu grupo, que o faça se distinguir do próprio grupo. Ele teme ficar sem identificação social com o seu grupo. Ele sabe que não atingirá o patamar do consumo de alto luxo das elites e caso se afaste muito de seu grupo ficará isolado socialmente, sem posição demarcada, sem a segurança do pertencimento a um grupo social coeso.

Segundo pesquisa do Instituto Data Popular (2006) a classe C socializa a informação e 60% dá dica sobre compras e promoções aos amigos, contra 20,3% da classe A. O principal informante da classe C então é outro consumidor igual. O consumidor da classe C compartilha as oportunidades, não se importa do vizinho adquirir o mesmo produto. Constantemente trocam informações, avisam sobre as promoções a amigos, vizinhos e familiares e ensinam como comprar mais e melhor. Comprar é tema de muitas conversas entre seus membros, ao contrário das elites onde é muito mal educado falar sobre dinheiro ou o preço das coisas. Este compartilhamento

das experiências de compra parece ser um tipo de solidariedade de classe, prática ainda do tempo onde as dificuldades no consumo eram maiores.

Nem todos os bens e serviços consumidos, é claro, podem ser considerados simbólicos ou demarcadores sociais. Esta relação também vai depender da posição de classe. Um bem ou serviço pode ser distinto para uma classe e ser rotineiro para outra, causando até estranheza. O plano de saúde, por exemplo, que hoje é um serviço básico para as classes mais altas e elite, passa a ser um bem distinto para as classes mais pobres e símbolo de ascensão.

Os membros da nova classe média entrevistados para esta pesquisa passaram a ter acesso a bens e serviços que antes não poderiam utilizar, ou usavam esporadicamente, como maior acesso a saúde, escolas, salões de beleza, atividades de lazer e cultura, eletrodomésticos e eletrônicos, veículos e casa própria.

Assim, o plano de saúde é uma nova realidade para os entrevistados e está entre os bens mais desejados. Cinco deles possuem algum tipo de plano, sendo 3 (três) plano empresarial oferecido pelas empresas em que trabalham e 2 (dois) pagam um plano particular. E11 possui plano particular de saúde por ter necessidades especiais e E9 contratou um plano com o nascimento da filha. Os pais de E11, já idosos, também possuem plano de saúde. O plano de saúde empresarial passou a ser também um atrativo no mercado de trabalho e considerado pelos entrevistados com um salário indireto.

O plano de saúde é uma preocupação dos entrevistados que temem as condições do atendimento público pelo SUS (Sistema Único de Saúde) e se tornou um bem posicional para eles, principalmente devido ao custo, ainda alto para o seu capital econômico. Ter um plano é indicativo de maior poder aquisitivo. Além disso, está relacionado ao pensamento de que os serviços de saúde pública gratuitos são para os pobres e os planos para os melhores de vida.

A entrevistada E6 é transplantada renal e faz todo o tratamento pelo SUS. Não tem como pagar um plano de saúde devido ao alto custo, mas não reclama da assistência que teve em todas as vezes que esteve internada ou realizando a terapia de hemodiálise. A única queixa é sobre o aparelho auditivo que passou a usar devido ao problema de surdez contraído após passar por várias convulsões na sua última internação em uma UTI, no ano de 2013.

Preciso de um aparelho de surdez, mas o do SUS é muito ruim. Consegui um depois de esperar muito, mas quase não uso, porque dá muito zumbido e me atrapalha. Quero comprar um melhor. Vou ser se consigo. Experimenta para você ver como ele apita.

Também gastos externos com a beleza e estética foram adotados por 7 (sete) entrevistados, que passaram a frequentar mais o salão de beleza (cabelo, unha, depilação). Cinco deles frequentam salão duas vezes ao mês; um, três vezes ao mês e um, uma vez ao mês. Alguns já utilizavam este serviço esporadicamente e aumentaram a frequência. Outros faziam estes procedimentos em casa e passaram a frequentar salões de beleza.

O acesso à tecnologia nos últimos anos é outro aspecto importante da ascensão social. Todos os 11 (onze) entrevistados possuem acesso à Internet em computador doméstico ou smartphone. Nove acessam no computador doméstico e smartphone e 2 (dois) acessam somente pelo telefone, o que reflete uma tendência nacional de centralizar o acesso no telefone. Outro aspecto é a unificação de várias funções no telefone celular como máquina fotográfica, música, GPS e filmadora digital. Estes itens apurados na pesquisa apresentaram baixos índices, pois já estão todos centralizados no telefone celular.

TABELA 39 ACESSO A TECNOLOGIA

	Número
Computador com Internet	9
Smartphone	11
Tablet	3
Máquina fotográfica digital	8
MP3, MP4	3
GPS	3
Uso de rede social.	11

Todos os pesquisados utilizam alguma rede social. As citadas são *Facebook*, *Linkedin*, *Instagram*, *Watsapp*, *Google+* e *Club Alltogether*. Seis são muito ativos nas

redes e acessam diariamente suas contas. E cinco acessam de uma a três vezes por semana. O número de redes utilizadas por cada entrevistado é variada. Um dos entrevistados administra cinco redes ativas. A maioria tem duas redes. Dez deles utilizam o *Facebook*.

O acompanhamento das redes sociais para esta pesquisa foi feito pelo *Facebook* por ser a mais utilizada. As postagens mais frequentes são fotos de perfil, vida noturna, filhos, animais, passeios, trabalho, viagens e mensagens religiosas e de autoajuda. O que não se diferencia de outro tipo de classe social, no aspecto de exposição da vida privada e uma tentativa de demonstração de “riqueza”.

A tecnologia faz uma mediação diferente das relações entre as pessoas, mas é possível identificar posições e ideologias. As entrevistadas E4 e E11 utilizam as redes principalmente para a militância. E4 trata de problemas da comunidade (obras, campanhas, enchentes, buracos nas ruas) e religiosos e E11 na defesa dos direitos dos cadeirantes. Três deles E2, E3 e E9 tratam de questões profissionais postando divulgação e resultado de seus negócios. Os demais se ocupam da vida pessoal. E4 posta constantemente temas religiosos e marca muitas posições como a condenação do aborto em todas as situações, mesmo em caso de estupro, a defesa do uso do véu pelas mulheres nas missas, contra o uso de métodos anticoncepcionais, pela restauração da Missa Tridentina e contra a educação sexual nas escolas como na postagem de 05 de novembro de 2015.

Educação e moral se aprende em casa! Os filhos já devem chegar na escola educados de casa, esse não é o papel do professor, apesar de contribuir e muito para essa educação. Mas quando chegam com ideologia de gênero, ou "contracepção" pras minhas filhas.... A bola é batida igual ao Baggio na final de 94! Não passa nem perto da trave. Professora tentando ensinar minha filha sobre a pílula do dia seguinte? Nunca serão. Educação sexual também se aprende em casa.

Com relação aos locais de compra os entrevistados enumeram 11(once preferências), sendo as que utilizam com maior frequência são os supermercados, comércio de rua e galerias comerciais, nesta ordem. A opção de compra por catálogos também é baixa se concentrando em produtos de beleza das marcas Hermes e Avon. A compra pela Internet aparece em quarto lugar na preferência, antes mesmo do *shopping*

center, que ficou na sexta posição. A Internet aparece como atrativo devido aos preços mais baixos e promoções, ou itens que não foram encontrados no comércio local, como livros, por exemplo.

Estas opções foram oferecidas aos entrevistados que enumeraram os locais por ordem de preferência. A ordem foi estabelecida pelo maior número de indicações em cada item. O supermercado, por exemplo, apareceu em primeiro lugar em 7(sete) entrevistados. Este resultado, supermercado, comércio de rua e galerias, na verdade reflete uma situação cultural, geográfica e econômica da cidade, com um vasto comércio nestes setores, sendo a cidade conhecida na região como “*shopping a céu aberto*”, expressão contraditória ao ser comparada com o conceito de *shopping center*, um reduto fechado e controlado de comércio.

TABELA 40 LOCAIS DE COMPRA

LOCAIS	ORDEM DE PREFERÊNCIA
Comércio de rua	2°
Feiras	7°
Brechó	11°
Shopping center	6°
Galerias	3°
Internet	4°
Catálogos	10°
Supermercado	1°
comércio de bairro	5°
Atacarejo	9°
Feiras livres	8°

A relação dos entrevistados com os *shoppings centers* obedece a preferência por ambientes mais populares, optando por estabelecimentos como o Santa Cruz e o Mister Shopping. Estes locais na verdade são centros comerciais abertos para a rua e se diferem dos *shoppings centers* com sistema mais fechado e acesso controlado. Além disso, ficam no centro da cidade, próximo a outros equipamentos urbanos, e o verdadeiro e único *shopping* em funcionamento na cidade fica na zona sul. Esta

percepção, entretanto, pode mudar com a inauguração de um segundo empreendimento na zona norte da cidade, previsto para o primeiro semestre de 2016.

Neste aspecto, os *shoppings* afastam este consumidor que continua preferindo a liberdade dos centros comerciais. Evitam os *shoppings* considerados de luxo, como Independência e Alameda, não por temer a discriminação ou se “colocar no seu lugar”, mas por não gostar destes locais. Vão a estes *shoppings* eventualmente para conhecer ou passear, mas não para comprar. Dos entrevistados todos conhecem o maior *shopping* da cidade, o Independência. Foram alguma vez para conhecer, mas não é o seu local de compra.



ILUSTRAÇÃO 40 Shopping Santa Cruz, entrada da Rua São Sebastião, Centro (arquivo pessoal).



ILUSTRAÇÃO 41 Shopping Santa Cruz, entrada da Praça do Riachuelo Centro (arquivo pessoal).

O comércio de galerias também é muito utilizado pelos entrevistados. Isto porque Juiz de Fora é conhecida por sua característica de possuir muitas construções deste tipo¹²³ interligando as ruas centrais, somente na Rua Halfeld, são onze galerias que levam às ruas São João, Marechal Deodoro, Batista de Oliveira e Getúlio Vargas. As galerias funcionam como “passagens em rede” conforme definiu Braidá (2011) estabelecendo uma forma característica de mobilidade urbana, comparada ao centro de Buenos Aires.

Um local citado pelos entrevistados, seja como ponto de compra ou referência, é a Galeria João Pedro Hallack¹²⁴, que liga a Rua Marechal Deodoro da Fonseca à Rua Mister Moore, conhecida como a “Galeria dos Pobres”, pelo seu comércio popular de roupas íntimas, de bebês, cosméticos e lanchonetes, num claro preconceito do tempo em que o consumo era mais setorizado e a classe C ainda não era vista como um grande mercado consumidor. O nome popular ficou e a grande maioria da população desconhece o seu nome real. Nesta galeria está localizado um dos estabelecimentos mais tradicionais da cidade, o Bar do Futrica, fundado em 1957, sobre o comando da

¹²³ A primeira galeria foi a Pio X, em 1923, interligando a ruas Halfeld e Marechal Deodoro.

¹²⁴ Comerciante libanês que atuou no local por 30 anos.

mesma família. O espaço é pequeno e simples e oferece bebida, tira-gosto, prato feito e a tradicional pizza de musarela em pedaços, principal prato da casa.

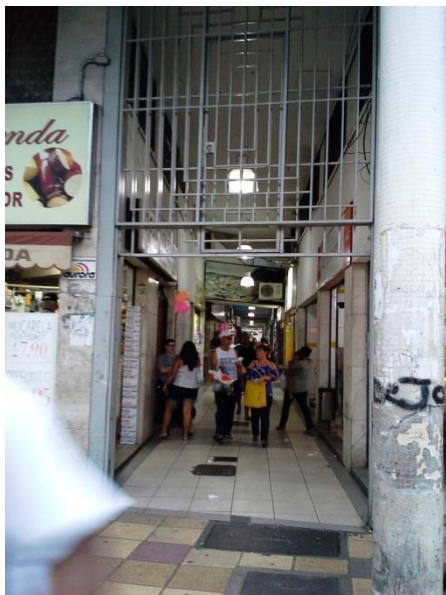


ILUSTRAÇÃO 42 Galeria dos Pobres, Rua Mister Moore, Centro (arquivo pessoal).



ILUSTRAÇÃO 43 Galeria dos Pobres, Rua Marechal Deodoro da Fonseca, Centro (arquivo pessoal).

A característica arquitetônica das galerias é tão forte na cidade que atrasou a instalação do fenômeno do *shopping center*, os templos do consumo (LIPOVETSKY, 2007). Os dois primeiros empreendimentos anunciados como tal, *Santa Cruz Shopping* e *Mister Shopping*, são na verdade um conjunto de galerias comerciais, diferente da lógica e organização dos shoppings, segundo o arquiteto Giuliano Carvalho (2006). Por este critério somente o Independência seria um *shopping center*. Pequenas galerias também são chamadas de *shoppings* na cidade. Estes dois estabelecimentos são na verdade galerias de portas abertas para as ruas da cidade, ao contrário dos *shoppings* que se caracterizam pela presença de entradas e acessos controlados e fechados.

A maioria dos centros comerciais chamados de *shoppings centers* na cidade já nasceram na faixa de comércio popular, uma vez que a implantação deste tipo de atividade na cidade foi tardia, após a década de 80. Os primeiros empreendimentos nacionais eram seletivos e elitistas, mas após a década de 80 o fenômeno dos *shoppings centers* passou pelo processo de popularização e massificação e consequente

afrouxamento dos setores de vigilância e controle de frequentadores como aponta Frúgoli (2008).

Frúgoli (2008, p.232) aponta que os primeiros shoppings evitavam os “atores sociais indesejáveis” como mendigos, travestis e trombadinhas substituídas por novas modalidades de preconceito contra os negros, skatistas, gays, baianos, por exemplo. Mas apesar disto, alguns setores e movimentos ocupam a “cena pública”.

Voltados a princípio à busca de certa homogeneidade seletiva de frequentadores, observa-se uma significativa diversidade sociocultural em seus interiores, com usos do espaço que em parte transcendem os fins institucionais delineados anteriormente e cujo grau de heterogeneidade varia de um *shopping* para outro.

Em Juiz de Fora, dois *shoppings*, o Independência e o Santa Cruz enfrentam problemas com a segurança. O Independência gerou polêmica ao adotar medidas de controle de frequência, interpretadas como discriminação, proibindo a entrada de grandes grupos de jovens e controlando o fluxo de pessoas por meio de cavaletes direcionados na entrada principal, nos finais de semana. A alegação é que as instalações não comportam a realização de eventos e concentração de grupos, o que prejudica os comerciantes e os consumidores. A atitude foi tomada após a expansão do movimento dos “rolezinhos¹²⁵”, de jovens de periferia que anunciavam a “invasão” destes locais. O empreendimento também estuda a possibilidade de proibir a entrada de menores de idade desacompanhados por responsáveis.

Já o Santa Cruz Shopping registrou vários conflitos entre grupos de jovens rivais que frequentam o local, inclusive uma tentativa de homicídio dentro das galerias. Além disto, por estar localizado no centro da cidade, em frente a uma praça e ponto de ônibus muito movimentado, são constantes os conflitos na porta do *shopping* sendo registrados dois homicídios no ano de 2015 e várias brigas de grupos rivais. O local, Praça do

¹²⁵ Movimento de jovens da periferia iniciado em janeiro de 2014, em grandes centros como São Paulo e Rio de Janeiro, que consiste na marcação de encontros pela rede social facebook em shoppings e locais públicos, com o objetivo de lazer e consumo, inspirado pelo *flash mob*, reunindo centenas de pessoas. Movimento foi reprimido por seguranças e Polícia Militar e acabou ganhando repercussão política e social, com acusações de racismo e preconceito de classe, sendo comparado aos arrastões.

Riachuelo, se tornou um ponto de acerto de contas entre os grupos rivais dos bairros da cidade, uma espécie de território neutro, onde os grupos marcam o enfrentamento pelas redes sociais. A Polícia Militar monitora as redes e já evitou vários conflitos no local. A administração do *shopping* reforçou a segurança e cedeu um espaço para a instalação de um posto policial no interior do empreendimento.

A preferência no setor de supermercado é pelas redes mais populares que oferecem produtos de seu uso diário, com bons preços e ofertas. Uma nova preferência são as redes chamadas de “atacarejo”, supermercados que vendem no atacado e no varejo no mesmo local, sem a infraestrutura de luxo e conforto dos supermercados. Os produtos são expostos em *paletes* como nos depósitos, com preços mais baratos para o atacado. Uma das famílias entrevistadas que dividem o mesmo terreno fazem algumas compras em conjunto no atacado barateando o custo.

Em Juiz de Fora, por exemplo, a zona norte da cidade se transformou num polo de “atacarejo” com várias redes, forçando os supermercados varejistas a também adotar este sistema de vendas ou similar. A região foi beneficiada com este tipo de comércio por ainda oferecer grandes áreas para construção de galpões e amplo estacionamento, com acesso para caminhões e comerciantes de cidades vizinhas. Atualmente Makro, Mart Minas, Atacadão (do grupo Carrefour), Villefort e Bahamas Mix operam na região. Destas, as redes Carrefour e Bahamas tradicionalmente de varejo, adotaram lojas de atacado também para fazer frente à concorrência. A rede Bahamas sempre atuou no mercado popular, mas o Carrefour abriu uma nova frente nesta área, atingindo um público mais popular.



ILUSTRAÇÃO 44 Makro, rede atacadista, Av. Garcia Rodrigues Paes, Acesso Norte. Bairro Jóquei Clube (acervo pessoal)



ILUSTRAÇÃO 45 Atacadão, Av. Garcia Rodrigues Paes, Acesso Norte, Jóquei Clube (acervo pessoal).

A rede local de supermercado Bahamas, tradicionalmente popular e com lojas instaladas preferencialmente nos bairros¹²⁶ também investiu em sofisticação e abriu um novo braço de lojas com as unidades Empório e Gourmet, visando novos consumidores de produtos mais sofisticados e importados. Entretanto, apesar do aumento de renda dos emergentes, o consumo de alimentos não se sofisticou a ponto de uma mudança de hábitos alimentares, o que também inclui uma questão cultural na elaboração dos cardápios.



ILUSTRAÇÃO 46 Supermercado Bahamas, rede local, Rua Bernardo Mascarenhas, Bairro Fábrica (acervo pessoal).

A renda maior não significa uma mudança radical em relação ao gosto alimentar, que não é somente uma questão econômica, mas também cultural. O aumento da renda permitiu um consumo maior de alimentos como carne, laticínios, frutas e produtos industrializados e também na qualidade do que vinham consumindo antes com mais controle. Entretanto, não se notou entre os entrevistados o consumo de bens alimentícios mais sofisticados e importados.

¹²⁶ A rede nasceu de um mercado no bairro Santa Luzia. Hoje, tem lojas em 9 (nove) cidades de Minas Gerais, num total de 23 estabelecimentos, sendo 9 em Juiz de Fora. As demais cidades são Além Paraíba, Barbacena, Cataguases, Ponte Nova, São João Del Rei, Ubá, Uberlândia e Viçosa.
<http://www.bahamas.com.br/ListaLojas.aspx?Area=Lojas> Acesso em 26 de fevereiro de 2016.

Ainda com relação à preferência pelos locais de compras podemos identificar dois fenômenos no comércio de Juiz de Fora: a descentralização, formando pequenos centros comerciais nos bairros e na periferia e a diversificação, permitindo o convívio lado a lado de estabelecimentos populares e mais sofisticados, que invadiram os locais tradicionais de comércio popular. Entre os entrevistados, o comércio de bairro aparece como a quinta preferência de local de compra.

A descentralização permitiu que o centro comercial se expandisse também para os bairros e periferia, formando pequenos centros comerciais. A saturação do centro da cidade com problemas de trânsito, estacionamento, especulação imobiliária e altos valores de luvas e aluguéis contribuíram para este fenômeno. O deslocamento dos serviços e comércio para os bairros atingiu inicialmente os mais próximos do centro e de maior poder aquisitivo, onde a legislação urbana permitiu a atividade, como São Mateus, Bairú, Alto dos Passos e Manoel Honório.

Atualmente temos centros comerciais também na periferia com rede completa de serviços como supermercados, bancos, casas lotéricas, farmácias, material de construção, escolas de línguas, restaurantes, clínicas médicas e odontológicas, laboratórios e comércio em geral de variedades.

A pesquisa Varejo Viável¹²⁷ desenvolvida através de parceria entre a UFJF, o SEBRAE e o Sindicato do Comércio Varejista de Juiz de Fora, de abril a outubro de 2015, apontou entre outros aspectos 15 (quinze) bairros com maior participação comercial. Somente a zona norte aparece com 4 (quatro) bairros – Benfica, Francisco Bernardino, Santa Cruz e Nova Era. Benfica é o terceiro maior ponto comercial atrás somente do centro da cidade e do bairro São Mateus, na zona sul da cidade. A pesquisa aponta também as ruas com maior concentração comercial, muitas delas localizadas nos bairros da cidade. Foram listadas 26 ruas e avenidas com maior concentração comercial, sendo que 12 delas estão localizadas em bairros e 14 na região central. Alguns pontos comerciais são bem distantes do centro como as avenidas Juscelino Kubistchek (corta toda a zona norte), Juiz de Fora (do bairro Bandeirantes até o bairro Grama), Costa e Silva (cidade alta São Pedro), Simeão de Faria (Distrito Industrial zona norte) e a Rua Martins Barbosa (Benfica, zona norte).

¹²⁷ <http://www.ufjf.br/critt/> Acesso em 13 de dezembro de 2015.

QUADRO 8 PARTICIPAÇÃO COMERCIAL DOS BAIRROS DE JF

COLOCAÇÃO	BAIRRO	REGIÃO
1º	Centro	Centro
2º	São Mateus	Sul
3º	Benfica	Norte
4º	Manoel Honório	Centro
5º	São Pedro	Sudeste
6º	Bandeirante	Nordeste
7º	Francisco Bernardino	Norte
8º	Santa Cruz	Norte
9º	Santa Terezinha	Nordeste
10º	Mariano Procópio	Norte
11º	Alto do Passos	Sul
12º	Poço Rico	Centro
13º	Ipiranga	Sul
14º	Nova era	Norte
15º	Jardim Glória	Centro

A diversificação do comércio desestabilizou a distribuição da cidade em zonas de comércio popular e de elite, permitindo a instalação de estabelecimentos de marca em ruas de comércio popular e menos valorizadas no centro da cidade, como Getúlio Vargas e parte baixa das ruas Halfeld e Marechal Deodoro, que eram menos valorizadas em termos comerciais.

Muitos empreendimentos foram instalados nestas áreas visando atingir os novos consumidores da classe média, desmistificando o rótulo de comércio popular de baixa qualidade destinado a pessoas de baixa renda. Como por exemplo, podemos citar a Avenida Getúlio Vargas, onde predominava o comércio de camelôs e pequenas lojas de utilidades do lar e armarinhos. A avenida ganhou nos últimos anos lojas de redes e marcas como C&A, Taco e Mcdonalds, além de material de construção e telefonia. O maior *shopping center* da cidade está sendo construído na zona norte, Shopping Jardim Norte¹²⁸, ao lado do terminal rodoviário, com grandes ancoras como Havan, Lojas Americanas, Riachuelo, Renner, Polishop e C&A. O empreendimento conta com mais de 200 lojas instaladas em 36.700 metros quadrados.

¹²⁸ <http://www.jardimnorte.com.br/#areaHome> Acesso em 26 de fevereiro de 2016.



ILUSTRAÇÃO 47 Av. Getúlio Vargas,
Centro (arquivo pessoal).



ILUSTRAÇÃO 48 Av. Getúlio Vargas, Centro
(arquivo pessoal).



ILUSTRAÇÃO 49 Av. Getúlio
Vargas, Centro (arquivo pessoal).

Os entrevistados afirmam não ter preferência por nenhuma marca de produto, olham primeiro o preço. Três entrevistados, E8, E1 e E9 afirmam gostar de algumas marcas de vestuário pela qualidade e também pela durabilidade e exigência do seu trabalho. E8 gosta das roupas da C&A e da Havan. E1 gosta das roupas Tommy, Nike, Adidas, M. Officer e E9 das marcas Asics e Puma, porque são duráveis e confortáveis para o seu trabalho de professor de escolinha de futebol.

A marca não parece ser importante para a maioria dos entrevistados, mesmo com a melhoria de renda não desenvolveram preferências como afirma a entrevistada E6: “nunca tive Barbie, tênis Nike, calça da Wallery, porque meus pais eram muito pobres, então hoje não ligo pra nada disto, uso qualquer coisa”.

Os entrevistados preferem pagar suas compras com cartão de crédito à vista, seguido do crédito parcelado e do débito. O cheque aparece em quarto lugar, o carnê em quinto e o pré-datado em última posição, isto porque somente 4 (quatro) entrevistados possuem cheque. O parcelamento no cartão é adotado quando a compra é maior.

O cartão de crédito é o dinheiro mais utilizado pelos entrevistados, alguns deles chegam a ter vários cartões com datas de vencimento diferentes, administradas com precisão. E8 tem cinco cartões, E4, tem quatro cartões e E6 tem três cartões. São cartões de bancos e de lojas de várias bandeiras.

O cartão de crédito facilitou a compra conforme relata E8:

Antes para comprar a prestação a gente não conseguia, as lojas exigiam renda, referência...eu não podia comprar porque não tinha carteira assinada, agora chego com o cartão e compro o que quero e eles nem perguntam quanto ganho.

Uma pesquisa do Instituto Data Popular (2004) realizada na praça da cidade de São Paulo levantou os “símbolos de desconfiança” dos consumidores das classes C e D. O consumidor das classes C e D quer escolher livremente sem a pressão do vendedor e se sente constrangido nos estabelecimentos que lacram as sacolas com fitas adesivas, colocam portas giratórias e exigem comprovante de renda, residência e identidade.

O cartão de crédito e débito, o guarda volume autônomo, onde o consumidor mesmo deposita suas sacolas e pega a chave e o sistema de autosserviço são as formas de compra mais confortáveis. Mas a presença de um funcionário disponível para consulta quando solicitado também é valorizado. O consumidor não gosta é de ser pressionado pelo vendedor e perseguido dentro da loja, como se estivesse sendo vigiado e considerado suspeito de roubo.

Existe também uma preocupação com a poupança e uma administração cuidadosa da economia familiar. Sete entrevistados possuem caderneta de poupança e nenhum deles fez algum tipo de empréstimo. Somente um deles investe em título de

capitalização PIC Itaú. Dos 4 (quatro) que possuem cheque, três são especiais. Nenhum deles tem dívidas. Financiamento de imóvel e veículo são pagos em dia.

O carro é um bem posicional muito importante para a nova classe média, representa status e maior poder aquisitivo, além da abertura de possibilidades que um veículo pode oferecer, como lazer e conforto para o deslocamento. Baudrillard (1993) destaca que o veículo na sociedade de consumo é símbolo de prestígio, projeção de uma fantasia. O carro se transforma numa extensão do lar, tamanha a sua importância para as famílias. O veículo torna-se uma necessidade, uma vez que as famílias passam a ter um leque maior de atividades e demandas como viagens, lazer, passeios e deslocamentos diversos.

Entre os entrevistados 4 (quatro) adquiriram o primeiro veículo financiado, entre os anos de 2006 a 2014. Dois entrevistados compraram veículos zero quilômetro. Um dos entrevistados trocou o veículo por um mais novo em 2015, pagando a diferença à vista. Uma das entrevistadas chegou a comprar um veículo em 2013, mas devido a problemas de saúde não pode mais dirigir e teve de vendê-lo. Entretanto, ainda paga o financiamento até meados de 2016. Uma das famílias tem dois veículos.

Os modelos adquiridos ou trocados são de veículos populares (Corsa, Uno, Tempra, Spin, Celta e Logan), com idade variando entre 2 a 15 anos. O carro é uma nova realidade para os entrevistados, cujos pais não tiveram a mesma oportunidade. Entre os 11 entrevistados somente dois pais possuem veículo atualmente. Os pais de outros 2 (dois) entrevistados já tiveram veículos no passado, um Fusca e um Escort, mas se desfizeram do bem por serem muito antigos e não tiveram as mesmas facilidades que seus filhos para adquirir outro mais novo.

Além do aumento da renda, os entrevistados se beneficiaram da política de redução do IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados), que baratearam os veículos nos períodos de dezembro de 2008 a setembro de 2009; maio a dezembro de 2012 e nos anos de 2013 e 2014. Os veículos populares de 1000 cilindradas tiveram a alíquota de 7% zerada ou reduzida a 2% dependendo da época (ALVES, 2014). O objetivo do governo federal foi incentivar o consumo e a produção da indústria automobilística, com preservação dos empregos no setor metalúrgico. Além disto, o crédito através das financeiras de veículos facilitou a aquisição deste bem.

TABELA 41 COMPRA DE VEÍCULOS

VEÍCULO	ANO VEÍCULO	ANO COMPRA/TROCA
CORSA	2001	2011
UNO (troca)	2012	2015
TEMPRA	2006	2006
SPIN	2014	2014
CELTA	2003	2013
LOGAN	2010	2010

4.4 CULTURA, LAZER E TEMPO LIVRE

Livre da necessidade da sobrevivência, os entrevistados passaram a desenvolver outras atividades além do trabalho, ocupando o tempo livre também com atividades prazerosas, culturais, lazer e novas habilidades. O tempo do trabalho, o tempo livre e o tempo do lazer são bastante definidos. Algumas atividades puderam ser incorporadas à sua rotina e estilo de vida como esportivas e culturais, vida social e viagens de férias.

O tempo livre, aquele onde não se está trabalhando, antes ocupado com as rotinas do dia a dia, repouso, manutenção da casa, alimentação, afazeres domésticos, passa a ser ocupado também pelo lazer. Magnani (2000) faz a diferenciação entre lazer e tempo livre. Ele entende que a função do lazer é fazer oposição à rotina e não ao trabalho e se caracteriza por atividades que produzem algum tipo de “excitação controlada”. Já o tempo livre pode ser ocupado por atividades rotineiras, como cuidados domésticos, jardinagem, pequenos consertos e afazeres.

O lazer não é o oposto do trabalho também para Dumazedier (1973). Para ele o lazer tem três funções: descanso; divertimento, recreação e entretenimento e desenvolvimento da personalidade.

Seria, pois, inexato e perigoso definir o lazer opondo-o apenas ao trabalho profissional, como o faz a maioria dos economistas e sociólogos que trataram dessa questão. Quase todos parecem vítimas de uma fórmula demasiadamente teórica: os três oito – oito horas de trabalho, oito horas de sono e oito horas de lazer. Em suma, o lazer é definido, nos dias de hoje, sobretudo, por oposição ao conjunto das necessidades e obrigações da vida cotidiana (1973, p.31).

Para Magnani (2000), o lazer serve para compensar a tensão que o controle da sociedade industrializada impõe, formando uma “armadura da personalidade” é o “descontrole controlado” que alivia o autocontrole da vida moderna e os efeitos do “processo civilizador” descrito por Norbert Elias (1992, p.103).

Para serem considerados normais, espera-se que os adultos vivendo nas nossas sociedades controlem, a tempo, a sua excitação. Em geral, aprenderam a não se expor demasiado. Com grande frequência já não são capazes de revelar mesmo nada de si próprios. O controlo que exercem sobre si tornou-se, de certo modo, automático. O controlo — em parte — já não se encontra sob o seu domínio. Tornou-se um aspecto da estrutura profunda da sua personalidade.

Elias (1992, p.107) também enfatiza a diferença entre lazer e tempo livre. Para ele, tempo livre “é todo o tempo liberto das ocupações de trabalho. Nas sociedades como as nossas, só parte dele pode ser voltado às atividades de lazer”. São atividades de tempo livre para Elias: trabalho privado e administração familiar, repouso, provimento das necessidades biológicas, sociabilidade e atividades miméticas ou jogo.

Para Baudrillard (1995), o lazer não serve apenas para restituir a força de trabalho, mas está ligado à impossibilidade de se perder tempo, uma vez que a sociedade de consumo transforma o tempo em produto para ser consumido. Lazer é o consumo do tempo improdutivo, do tempo livre do trabalho, do tempo vazio. Para o autor vivemos “o drama dos prazeres e a impossibilidade de perder tempo” (1995, p.160). O tempo é uma mercadoria rara, preciosa, submetida às leis do valor de troca. O tempo do trabalho se vende e se troca e o tempo livre se compra para ser consumido.

Três entrevistados afirmaram ter começado a praticar alguma atividade física nos últimos anos. Praticam musculação, dança, ciclismo, caminhada e natação. Existe uma preocupação maior com a saúde, ligada ao bem estar e ao lazer.

Sete entrevistados adotaram a viagem anual de férias em suas vidas, 5 (cinco) viajam nos finais de semana e feriados e dois visitam parentes regularmente em outras cidades. As viagens de férias de rotina são para as cidades litorâneas de Guarapari (ES), Cabo Frio e Açu (RJ). Nos finais de semana Ibitipoca (MG) e Rio de Janeiro. Dois destinos foram apontados como a viagem dos sonhos Salvador e Porto Seguro. A entrevistada E4 relata que há dois anos vai para Cabo Frio nas férias. E5 também afirma que “desde 2009 faço uma viagem anual para a praia nas minhas férias”. E1 afirma “consegui realizar a viagem dos meus sonhos: Carnaval em Salvador”. E6 viajou a Porto Seguro onde visitou uma aldeia indígena da qual é descendente.

Estas atividades de lazer que foram incorporadas à vida dos entrevistados atuam também como operadoras de posição de prestígio. Baudrillard (1995) também aponta o lazer como lugar de significação, de permuta de signos, além de ser fator de seleção e distinção cultural na sociedade desigual.

Wright Mills (1969) identificou na nova classe média americana a alternância cíclica de prestígio, situações que permitem às pessoas de classe e posição social inferiores agir como pessoas de classes superiores, como por exemplo, nas férias, feriados e finais de semana, onde elas podem gastar mais, viajar para outros ambientes, frequentar restaurantes e vestir suas melhores roupas, ainda que temporariamente. Nestes curtos períodos, que se repetem esporadicamente, estas pessoas tomam emprestado o prestígio das categorias superiores.

Nas férias pode-se comprar, embora por um curto período, o sentimento de ter um status mais elevado. A estação de águas muito cara, em que ninguém nos conhece; o hotel luxuoso, embora por três dias e três noites; a viagem de primeira classe, por uma semana. (WRIGHT MILLS, p.275, 1969)

Para ter estas experiências temporárias, fazem-se sacrifícios durante todo o ano, economia, planejamento, em troca de dias onde é permitido ter uma vida ideal de fartura e lazer.

Psicologicamente, os ciclos de prestígio possibilitam, durante curtos períodos, fazer de si mesmo uma imagem de feriado, totalmente diferente da realidade cotidiana, dão uma realidade provisória à imagem ideal que o indivíduo tem de si mesmo, permitindo-lhe apegar-se a uma falsa consciência de sua posição de prestígio. Elas fazem parte das forças que racionalizam e tornam a vida mais suportável, compensam a inferioridade econômica permitindo uma satisfação temporária da ambição de consumir. (p.275-276)

A frequência ao cinema, shows e teatro foram apontadas por 6 (seis), 4 (quatro) e 3(três) dos entrevistados, mas a frequência é bastante irregular. Dos 6 (seis) que frequentam cinema, três realizam a atividade 12, 24 e 36 vezes ao ano em média, ou uma vez, duas vezes ou 3 vezes ao mês. Os outros três entrevistados vão ao cinema, uma, duas e três vezes ao ano. No teatro a assiduidade é ainda menor, apenas três entrevistados assistem quatro ou uma peça ao ano. Quatro entrevistados costumam ir a shows musicais. Dois vão a um ou dois shows por mês e os outros dois, dois a quatro shows por ano.

Esta baixa frequência a shows e teatro deve ser relativizada, uma vez que a cidade oferece poucas opções nestes setores, apesar de possuir casas de espetáculos com condições de abrigar estes eventos, como o Teatro Central, Pró-Música e Fórum da Cultura (administrados pela UFJF), o Centro Cultural Bernardo Mascarenhas (administrado pela Prefeitura) e Teatro Solar (iniciativa privada), além de outros espaços como Sociedade Filarmônica e auditórios de entidades associativas e casas de espetáculos.

Um destaque apontado pela entrevistada E6 é a Campanha de Popularização do Teatro e da Dança realizada todos os anos. “Só vou ao teatro uma vez ao ano na campanha porque é mais barato” (E6). O evento está em sua 15ª edição¹²⁹ e é realizado pela Associação dos Produtores de Artes Cênicas de Juiz de Fora, com preços populares de R\$ 10,00.

Quanto aos cinemas, a cidade tem quatro estabelecimentos¹³⁰ que operam 12 salas de exibição, com preços que variam de R\$ 8,00 a R\$ 22,00, a inteira, dependendo do dia da semana. No cinema mais popular “Palace”, as entradas custam R\$ 8,00 e R\$ 12,00 a inteira, sendo que nas terças-feiras, todos pagam meia entrada e nas segundas-

¹²⁹ A última edição foi em janeiro de 2016, oferecendo um total de 31 espetáculos adulto e infantil.

¹³⁰ Palace (duas salas), Santa Cruz (2salas), Alameda (três salas) e Independência (cinco salas).

feiras, os trabalhadores pagam meia, apresentando a carteira de trabalho assinada. O espaço oferece ainda a Sessão Cidadão em convênio com a Prefeitura de Juiz de Fora, uma vez por semana, ao preço simbólico de R\$ 1,00. Entretanto, o cinema vem sofrendo a concorrência dos canais de televisão pagos, que passaram a fazer parte do conforto das residências da nova classe média.

Outra atividade que é realizada com frequência são as saídas nos finais de semana para bares e restaurantes. Quatro entrevistados fazem esta atividade, sendo que dois todos os finais de semana; um, uma vez por mês e um, duas vezes por mês. Neste setor, Juiz de Fora apresenta uma boa oferta de estabelecimentos, com um total de 1568 bares e restaurantes de vários níveis de preço¹³¹.

E11 é uma das entrevistadas que tem nas saídas noturnas a bares e restaurantes com amigos, uma de suas principais atividades de lazer que foram incorporadas a seu dia a dia, apesar das dificuldades de acessibilidade, como relata.

Alguns bares estão começando a pensar [acessibilidade]. A gente precisa estar mais nestes lugares. Este grupo que participo vamos começar a fazer um guia de Juiz de Fora, começar a visitar e participar destas casas e aí eles vão ter de arrumar lugar para gente, porque os bares são muito apertados. Imagina chegando quatro pessoas na cadeira de rodas num bar, eles vão ter de se virar. Às vezes é falta de conhecimento mesmo, por não estar lidando com a situação, não conhecer e não ter quem cobre. Não tem fiscalização, as pessoas que poderiam estar fiscalizando ou cobrando por conhecimento não faz. Então o que acontece.... A gente está programando criar este guia e visitar. Tem um bar em JF que a gente começou a ir, mas este bar já se organizou, colocou rampa, banheiro adaptado. Os que têm colocam o banheiro adaptado para depósito ou então ele não fica aberto e a chave some e tem de procurar não sei quem não sei aonde. Acontece muito disto. Nos shoppings é obrigatório ter o banheiro, mas eles não perguntam como fazer o que vai te facilitar, colocam uma porta de vidro pesada que você não abre e nem fecha sozinha, tem algumas questões assim, faz porque é obrigatório.

Neste caso é importante destacar que o acesso aos locais públicos, que deveria ser um direito, passa por uma questão de consumo. Nos locais onde a entrevistada vai

¹³¹ Segundo o site https://www.tripadvisor.com.br/Restaurants-g887228-zfn83294-Juiz_de_Fora_State_of_Minis_Gerais.html especializado em avaliação de bares e restaurantes, com dados de fevereiro de 2016. Acesso em 9 de fevereiro de 2006.

consumir existe uma preocupação com a acessibilidade e os empresários estão se adaptando e pensando neste tipo de cliente. Mas, no ambiente público urbano da cidade, onde deveria prevalecer o direito do cidadão, as dificuldades de locomoção ainda são enormes. O indivíduo é considerado apenas como consumidor e não como cidadão. Sua cidadania é reduzida a uma relação de consumo.

A televisão aberta foi a forma de lazer mais citada entre os entrevistados. Oito deles assistem regularmente a telejornais, filmes, humorísticos e novelas. Os programas citados foram Jô Soares, Sem Censura, Fantástico, BBB e Encontro com Fátima Bernardes. Entre os citados, nota-se uma primazia dos programas da Rede Globo de Televisão, com exceção do Sem Censura, do Canal Brasil. A entrevistada E8 é fã do BBB, assiste a todas as edições e se diz “uma especialista em Big Brother”. Também foi citado o programa Desafio da Beleza, da GNT e os canais *Discovery Channel* e *History Channel*, na TV por assinatura.

Entretanto, não se pode dizer que o lazer destas pessoas está resumido a assistir televisão, conforme Norbert Elias (1992) afirma sobre o tempo dedicado aos meios de comunicação.

Sem uma investigação mais alargada não se pode afirmar que o tempo despendido pelas pessoas num tipo específico de actividades de tempo livre é, necessariamente, uma medida do significado que ele tem para estas. Não é impossível que os meios de comunicação social sirvam, como formas de preencher o tempo, como outra maneira de «se ocupar de futilidades», sendo isso uma das razões para o aumento do tempo que lhe é dedicado, num período em que o tempo livre talvez tenha aumentado mais depressa do que a capacidade das pessoas para o utilizar (ELIAS, 1992, p.144).

Outra alteração nos hábitos de consumo foi a chegada da TV por assinatura¹³². Entre os entrevistados, seis possuem esta modalidade e cinco, antena parabólica tradicional. A parabólica¹³³, no início de sua utilização como antena doméstica, foi símbolo de riqueza devido ao alto custo do equipamento, que depois se popularizou na década de 90 e se espalhou pelos telhados de bairros e favelas, se transformando num

¹³² O primeiro canal pago no Brasil foi a Globosat, em 1991, com os canais GNT, Top Sport e Telecine.

¹³³ A antena parabólica começou a ter uso comercial doméstico no Brasil, em 1993, como forma de melhorar o sinal da TV aberta, principalmente em regiões onde não era possível a transmissão.

símbolo de consumo. O mesmo caminho está sendo seguido pela TV por assinatura, num processo de popularização, com opções de preços e pacotes, de acordo com a necessidade do cliente. As enormes parabólicas dão lugar às pequenas antenas instaladas nas fachadas de casas e apartamentos. Além disto, oferecem os pacotes integrados ao acesso à internet.

As empresas assinadas pelos entrevistados são Oi TV¹³⁴, Claro¹³⁵, Sky¹³⁶ e Netflix. Os preços variam de acordo com o pacote e o número de pontos, sendo a mais em conta a Netflix, que tem uma característica diferente dos demais canais, pois oferece somente a opção de um arquivo de filmes e séries, para aparelhos *smart*, sem a necessidade de uma antena instalada, exigindo somente um acesso à Internet. A Netflix custa R\$ 19,90 mensais para um ponto e R\$ 22,00, para dois pontos, com o primeiro mês gratuito. Também a SKY oferece a opção livre, em queo usuário compra o equipamento que funciona como uma parabólica comum e pode recarregar os canais pelo período mínimo de 15 dias, no sistema pré-pago. Estas opções popularizaram o uso e, o custo da assinatura já é incorporado às despesas da casa, junto com as contas de telefone, água, luz e internet.

Ainda no campo do lazer outra informação pode ser acrescentada, o costume de frequentar clubes. São sócios de clubes de lazer três entrevistados. Os clubes frequentados são SESC (Serviço Social do Comércio), pela entrevistada E6 e Esporte Clube Mariano Procópio, no bairro de mesmo nome, pelos entrevistados E7 e E9. Estes dois entrevistados moram em bairros distintos, Fabrica e Parque Guarani e não se conhecem, mas frequentam o mesmo clube. E6 tem direito a utilizar o SESC em virtude da natureza do trabalho do marido no comércio.

E7 e E9 são sócios proprietários de quinhão do pequeno clube Mariano Procópio, que conta com duas piscinas, sendo uma infantil, uma quadra coberta, uma sauna, uma sala de jogos de carta, uma pista de bocha, um salão de festas e uma cantina. O clube é chamado pelos associados e moradores da região de “Marianinho”. Este tipo de associação foi muito comum na cidade e vários bairros possuíam clubes populares para a comunidade. A maioria encerrou as atividades e alguns ainda sobrevivem. Uma característica importante é o clube manter uma pista de bocha - esporte que foi muito

¹³⁴ Mensalidade a partir de R\$ 59,90, preço de fevereiro de 2016.

¹³⁵ Mensalidade a partir de R\$ 89,90, preço de fevereiro de 2016.

¹³⁶ Mensalidade a partir de R\$ 35,90, preço de fevereiro de 2016.

praticado na cidade, restando poucas pistas¹³⁷ – e uma equipe de competição que disputa a Copa Evaristo Silva Filho (competição local), a Taça Minas e a Taça Rio-Minas. Juiz de Fora sedia a Taça Minas, em revezamento com as cidades de Belo Horizonte e São João Del Rei. A cidade tem também uma equipe de atletas paraolímpicos.

O clube tem 80 anos de fundação e enfrenta grandes dificuldades para se manter devido à inadimplência dos sócios e tem vários problemas na estrutura como vestiários, banheiros e quadra necessitando de reformas. O aluguel do salão de festas e a realização de eventos e aulas de futebol, natação e hidroginástica complementam o orçamento do clube. A manutenção é precária com poucos funcionários. Não existe controle de portaria. A pesquisadora esteve duas vezes no clube. Na primeira delas entrou e percorreu todas as instalações sem ser recebida por nenhum funcionário. Na secretaria, um bilhete indicava que o atendimento estava sendo feito na cantina, mas estava fechada também. Na segunda visita uma funcionária da secretaria prestou as informações sobre a forma de associação. Para ser sócio, o interessado precisa comprar o quinhão que custa R\$ 250,00 e pagar uma mensalidade de R\$ 40,00, para toda a família, independente do número de pessoas.



ILUSTRAÇÃO 50 Sport Clube Mariano Procópio, Av. Rui Barbosa, Bairro Mariano Procópio (acervo pessoal).

¹³⁷ Mantém a atividade de bocha os clubes Tupi, Mariano Procópio, Tupynambás e JF Bola Show. Os três últimos mantêm equipes de competição.

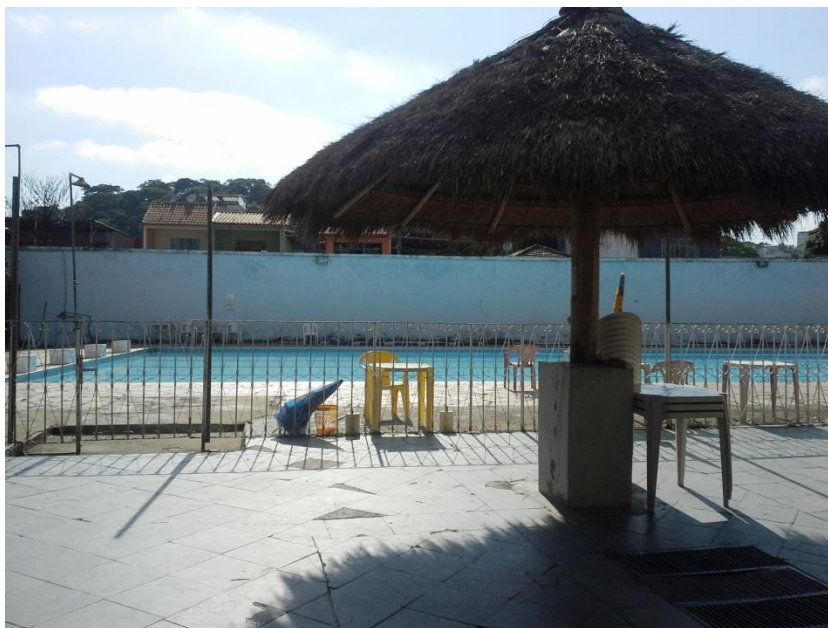


ILUSTRAÇÃO 51 Piscina Sport Clube Mariano Procópio
(acervo pessoal)

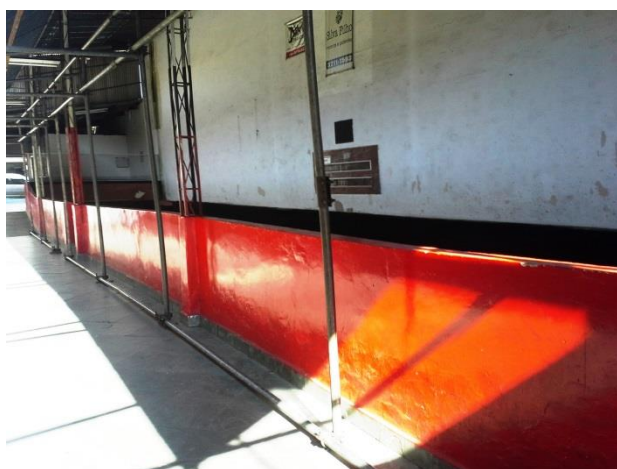


ILUSTRAÇÃO 52 Pista de bocha do Sport Clube
Mariano Procópio (acervo pessoal)

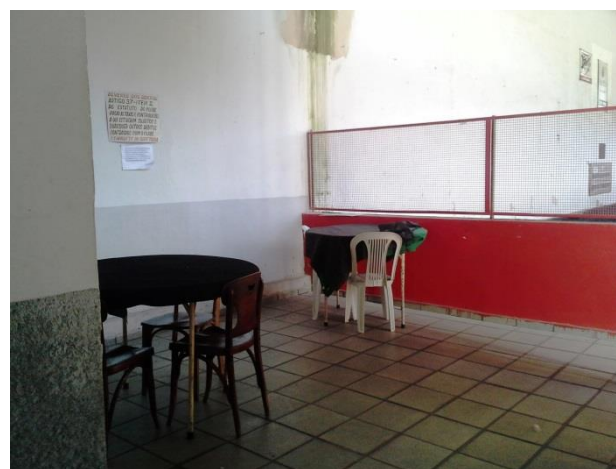


ILUSTRAÇÃO 53 Sala de jogos Sport Clube
Mariano Procópio (acervo pessoal)

Uma das entrevistadas E8 não é sócia de nenhum clube, mas frequenta uma piscina particular que cobra a entrada por dia. O entrevistado, E9, gosta de frequentar sauna, a cada 15 dias, em média.

O clube como nova opção é um aspecto a considerar diante do significado que esta atividade tem como um marcador social e ocupação de lazer entre os entrevistados. Além do dispêndio econômico de adesão ou compra de quinhão e das mensalidades, muitos clubes exigem a indicação de um ou dois sócios proprietários, além de submeterem a proposta à diretoria. Entre os 12 (onze) maiores clubes de Juiz de Fora, 7 (sete) exigem indicação de sócio proprietário, um só aceita indicação de sócio com curso superior e um só aceita novos sócios, caso um dos 400 membros venda o seu quinhão¹³⁸. Todos eles exigem o pagamento de taxa de adesão ou joia e alguns só admitem sócios proprietários. Muitos deles oferecem a opção de sócio contribuinte individual, familiar e universitário.

TABELA 42 CULTURA E LAZER

	Número
Viagem de férias anual	7
Viagem fim de semana/feriados	5
Viagem para visitar parentes	2
Cinema	6
Teatro	3
Show	4
Livros	7
bar/restaurante	4
Televisão	8
Sócio em clube	3
Sauna	1
Piscina particular	1

Entre os entrevistados, sete afirmaram ter o hábito de leitura. O número de leitura de livros por ano varia muito indo de um livro a 40 livros. A maioria está entre 1 (um) a 6 (seis) livros anuais. O que está próximo da média de leitura do brasileiro segundo pesquisa Retratos da Leitura no Brasil¹³⁹, do Instituto Pró-Livro e CBL (Câmara Brasileira do Livro), que apontou uma média de 4 (quatro) livros por ano. Ainda segundo a pesquisa realizada em 2011, 50% dos brasileiros possuem o hábito de

¹³⁸ Pesquisa realizada nos sites dos clubes em fevereiro de 2016.

¹³⁹ Disponível em <http://cbl.org.br/> Acesso em 7 de janeiro de 2016.

leitura. Os números dos entrevistados variam bastante e o maior deles se dá entre os que cursaram nível superior e pós-graduação.

Assinam revista dois entrevistados (E1 e E2) Veja e Casa Claudia. Nenhum deles assina jornal. Três leem jornais e revistas compradas em bancas semanalmente ou a cada quinzena. Os jornais citados são Universal, MeiaHora e Tribuna de Minas. O Universal é distribuído gratuitamente pela Igreja Universal do Reino de Deus contendo material religioso e análise dos acontecimentos do país sob a ótica da igreja. O MeiaHora é um jornal tabloide popular e a Tribuna de Minas, o jornal local.

A atividade de leitura seja ela de livros ou jornais é considerada uma atividade de lazer e também de descanso, como aponta Dumazedier (1973, p.42), “o lazer não é somente o tempo da distração, recreação e entretenimento, mas também aquele no qual se obtém uma informação desinteressada”.

Desta forma foi possível identificar que entre os entrevistados que formam o universo desta pesquisa, a ascensão social trouxe algumas alterações no seu estilo de vida e na sua forma de se relacionar com o consumo e o uso dos bens, trazendo novas experiências para suas vidas. O melhor capital econômico permitiu o consumo de maior qualidade e quantidade de bens. O capital cultural foi alterado pela melhoria da escolaridade, principalmente entre os que cursaram o ensino superior, abrindo uma nova perspectiva como participação política, ações de voluntariado e militância e maior tempo para o lazer e cultura.

As maiores alterações ocorreram entre os que mais melhoraram a sua escolaridade com o ensino superior, o que demonstra que o *habitus* de classe, apesar de ser determinante para as escolhas dos indivíduos, pode ser alterado pelas trajetórias de vida. A única entrevistada que não alterou o seu nível de escolaridade foi a que menos teve alteração em seu estilo de vida, com mudança mais perceptível no poder de compra.

Entretanto, as mudanças no estilo de vida não foram radicais ou transformaram totalmente a vida dos entrevistados. Apesar do maior capital elas ainda continuam muito ligadas à sua vida anterior e a seus valores, como por exemplo, na opção pela moradia em seus locais de origem e na construção de sua autoimagem e percepção de classe, já que ainda se consideram pobres.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A classe C ganhou visibilidade nos últimos anos ao se constituir no maior mercado consumidor, representando um contingente de cerca de 94 milhões de pessoas, sendo 32 milhões de emergentes, com grande potencial de consumo (46,24%), representando mais da metade da população brasileira¹⁴⁰, com poder de interferir na estrutura social e estabelecer relações simbólicas e distintivas com as outras classes. Segundo o Instituto Data Popular, a classe C é responsável por 78% do que é comprado em supermercados, 60% das mulheres que vão a salões de beleza, 70% dos cartões de crédito no Brasil e 80% das pessoas que acessam a internet. E ainda 60% dos depósitos bancários de pessoas físicas são da classe C.

A nova classe média de emergentes, 32 milhões ou 34% de toda a classe, passou a ser tema de pesquisas, publicações, mídia, novelas, eventos, produtos e serviços. Somente no período do desenvolvimento desta pesquisa, de 2011 a 2015 foram levantadas a realização de 8 (oito) grandes eventos sobre o tema e 26 publicações entre pesquisas e livros. Bancos, redes varejistas e prestadores de serviços também dirigiram seus negócios ou parte deles para atingir a nova classe média. Dois institutos de pesquisas foram criados para tratar especialmente do tema o Data Popular e o Data Favela. No período de 2008 a 2012 uma verdadeira onda de eventos e publicações abordou o tema. O empreendedorismo social ganhou destaque visando a classe C.

Os estudos se concentraram em três campos: estado, representado pelas pesquisas do IPEA, FGV E SAE/PR; academia e mercado. Estes três campos são distintos e possuem interpretações diferentes do fenômeno, mas não necessariamente se excluem e se complementam em muitos pontos. É possível identificar nestes estudos quatro nomeações de personagens, atores desta pesquisa, que são os trabalhadores pobres, os batalhadores, os emergentes e os novos consumidores. Apesar da discordância sobre o tamanho e a existência de uma nova classe média, estas posições reconhecem que houve uma melhoria na realidade da vida destes personagens, objeto deste estudo. Todos os estudos admitem a redução da pobreza e o aumento do poder de consumo de uma parcela da sociedade. As pesquisas também divergem com relação ao

¹⁴⁰ Para SAE 54% (2012), CPS/FGV 53,5% (2009), DATAFOLHA 58% (2013) E Critério Brasil 47,5% (2015).

tamanho da classe média e seu limite de renda máxima e mínima, mas mantém um padrão bem próximos¹⁴¹.

Os motivos que levaram à mudança social e melhoria nas condições de vida e de consumo das 11 (onze) famílias estudadas, num total de 31 indivíduos, não podem ser atribuídos somente a um fator, mas a um conjunto de influências que atuaram conjuntamente e de forma diferente em cada indivíduo. A pesquisa identificou um conjunto de fatores que ocorreram de forma recorrente entre os entrevistados e apresentaram semelhanças que podem ser agrupados em duas instâncias de mudança: 1) o fator externo: as condições do meio - o contexto social, político e econômico - e 2) o fator interno subjetivo: a disposição individual. Esta constatação é possível supor, uma vez que muitas pessoas viveram num mesmo contexto social e, no entanto não modificaram sua condição social, o que leva a crer que existem outros fatores de natureza subjetiva e individual, além do ambiente coletivo.

Na instância do contexto social, econômico e político duas condições podem ser apontadas como alavancas para a ascensão: 1) estabilidade econômica, que trouxe controle inflacionário, geração de emprego formal, incentivo ao consumo, melhoria salarial e 2) um governo de cunho popular, com quatro mandatos seguidos do Partido dos Trabalhadores, que levou pela primeira vez um operário à presidência da República. Esta conjuntura política teve um efeito simbólico muito importante na construção da autoestima das classes populares e na geração de um sentimento de abertura de possibilidades também para as classes mais pobres, que vislumbraram uma oportunidade de crescimento.

Na segunda instância podemos destacar que entre as famílias pesquisadas um componente ocorreu de forma semelhante e recorrente: a disposição individual e familiar para visualizar, perceber e aproveitar as oportunidades, acompanhada de estratégia, boa vontade e religiosidade. Mesmo com poucos recursos de capital econômico e cultural, conseguiram elaborar práticas estruturadas e ações orientadas pelo *habitus*, avaliando as possibilidades que o campo oferecia para obter o máximo de lucro, em ações insistentes e constantes.

¹⁴¹ SAE (2014) estabelece renda de R\$ 2.005,00 a R\$ 8.640,00, CPS/FGV de R\$ 1.734,00 a R\$ 7.475,00.

Existe, portanto, um fator hereditário familiar na ascensão social que pode ser material, ou subjetivo e invisível. No fator material a pesquisa constatou que algumas famílias, melhoraram suas condições de vida a partir de bens de baixo valor herdados ou cedidos de seus pais em vida, como parte de terreno, laje ou pequeno imóvel, onde puderam construir suas casas, reformar e ampliar, ainda que de forma precária. O fator subjetivo é a herança invisível, o exemplo de esforço e desejo de melhoria transmitida pelos pais e também a religiosidade. Todos os entrevistados declararam ter religião e 8 (oito) são praticantes ativos.

A pesquisa identificou ainda como marcadores da ascensão a educação, o trabalho (formal e autônomo) e o empreendedorismo. A partir destes três elementos foi possível construir todas as mudanças. Durante o recorte de tempo da pesquisa (2001 a 2015), 9 (nove) entrevistados cursaram o ensino superior em faculdade particular noturno, sendo que 6 (seis) destes foram os primeiros e únicos até o momento a terem formação superior em suas famílias. Dos 11 (onze) entrevistados 10 (dez) alteraram sua condição de escolaridade e sua posição no mercado de trabalho, melhorando a renda, sendo que 6 (seis) atuam em suas áreas de formação. Os outros 4 (quatro) não atuam na área, mas melhoraram a renda, com trabalho mais qualificado ou negócio próprio.

Os entrevistados melhoraram a escolaridade em comparação com seus pais de 4 a 11 anos, uma vez que, mais da metade dos pais, ou seja, 12 (doze) deles possuem o ensino fundamental incompleto; 4 (quatro), o fundamental; 4 (quatro), o médio e um é analfabeto. Importante destacar que o ensino fundamental incompleto significa que cursaram somente parte do primeiro ciclo, ou seja, até a 4ª série.

A entrada no mercado de trabalho de todos os entrevistados ocorreu cedo como os pais, de 12 a 17 anos. A diferença é que, ao contrário dos pais, entraram no mercado de trabalho, mas continuaram a estudar e a pagar pelo seu estudo, ainda que com distorção de idade. Entre os entrevistados cinco estão no mercado formal de trabalho, dois são autônomos, dois empreendedores, um aposentado e um sem carteira de trabalho. Entre os formais é possível identificar três situações novas no mercado de trabalho: a terceirização, o contrato temporário e a rotatividade no emprego. Um dos entrevistados mudou 5 (cinco) vezes de emprego no período. No campo do empreendedorismo, uma das duas iniciativas não tem situação jurídica e fiscal regularizada. Os dois empreendimentos não são na área de formação superior dos

entrevistados, mas sim em setores que já vinham atuando anteriormente como empregados, onde adquiriram experiência. Preferiram investir numa área segura onde já dominavam, do que partir para um novo mercado, já que o capital econômico era pequeno e não poderiam correr grandes riscos.

De acordo com o próprio destaque dado pelos entrevistados, os momentos simbólicos (maiores alterações em suas vidas) quando puderam perceber a ascensão, ocorreram entre os anos de 2009 e início de 2015, compreendendo os governos petistas dos presidentes Luís Inácio Lula da Silva e Dilma Rousseff, apesar do primeiro registro na área de educação (curso técnico) ter acontecido em 2000, ainda no governo de Fernando Henrique Cardoso. Estes momentos marcam um ponto em que conquistaram um capital econômico e cultural importante. Foram pontuados: conclusão de graduação, emprego qualificado, compra de bens, viagens, reforma de residência e abertura de negócio próprio.

Dos 9 (nove) pontos de marcação, que totalizaram 38 eventos, a grande maioria, ou seja, 34 eventos se concentraram no período de 2009 ao início de 2015, com destaque para o setor de educação com 8 (oito) cursos de graduação concluídos no período de 2009 a 2013. Como os cursos de graduação duram em média 4 (quatro) anos, as entradas no nível superior ocorreram entre 2005 e 2009, durante o governo do presidente Lula. Período também de criação do PROUNI, em 2005, que beneficiou dois entrevistados.

A maioria dos momentos simbólicos aconteceu nos últimos anos do segundo governo do presidente Lula e nos primeiros anos do primeiro governo da presidente Dilma. Alguns momentos se estenderam até o último ano do primeiro mandato e primeiro ano do segundo mandato de Dilma.

É incontestável que os contextos econômico e político tiveram grande participação na trajetória de vida dos entrevistados, mas a maioria não tem consciência disto e atribui a melhoria de vida ao esforço individual e familiar reproduzindo a ideologia do mérito. Não conseguem estabelecer uma relação de interseção, causa e efeito entre suas vidas privadas e o contexto social em que estão inseridos, separando o seu desempenho, do desempenho de outros atores e do cenário social. Assumem para si a responsabilidade pelo sucesso, isentando os governos e as políticas públicas de qualquer responsabilidade. Por esta perspectiva, o cidadão é o único responsável pelo

seu sucesso ou fracasso, num processo perverso que não leva em consideração as oportunidades e o mercado de escolhas a serem feitas.

Têm consciência da melhoria de vida e a consideram uma vitória pessoal e familiar, dissociada do fenômeno coletivo que atingiu muitas pessoas iguais a elas. Existe uma dificuldade de pensar politicamente a sua posição e ascensão social num contexto maior. Apenas três entrevistados fazem referência à melhoria da economia no país, como coadjuvantes na ascensão.

Quatro mitos sobre a nova classe média, que acabaram sendo naturalizados pela sociedade, podem ser desconstruídos pela pesquisa. São eles os mitos da dependência direta de políticas de assistência social, do conformismo de classe, da instabilidade e fragilidade da ascensão e incapacidade de gestão e planejamento. Entre os entrevistados nenhum deles dependeu exclusivamente ou apontou como fator principal para a ascensão, alguma política pública de transferência de renda. Os entrevistados utilizaram os programas PROUNI, EJA e Farmácia Popular, que atuaram como apoio nas áreas de educação e saúde. São características dos entrevistados a disposição para a melhoria de vida e capacidade de gestão e planejamento, apesar do baixo capital econômico, o que levou a uma ascensão duradoura com aquisição de bens duráveis como casa própria e melhor escolaridade.

Existe também uma preocupação com o futuro que se apresenta como uma extensão do presente, ou seja, desejam aperfeiçoar o que já conquistaram e não planejam grandes transformações. Planejam melhorar escolaridade, viajar, cuidar da saúde, prestar concurso, educar os filhos, abrir um negócio próprio ou ter uma renda extra.

Apesar da variedade de trajetórias de vida, algumas disposições ideológicas e aspectos de convergência podem ser destacados que são eles: crença na meritocracia, boa vontade cultural, sociabilidade e sentimentos de felicidade e esperança. Os laços comunitários são muito fortes, desenvolvem uma sociabilidade com seus pares que resultam em atividades comunitárias, de voluntariado e militância e não desejam se destacar muito de seus pares para não perder os vínculos.

A ascensão atingiu principalmente a faixa dos adultos mais jovens, que entraram no mercado de trabalho e puderam ascender neste período. Os entrevistados estão na

faixa de 30 a 52 anos, sendo 4 (quatro) do sexo masculino e 7 (sete) do sexo feminino. Seis são casados, quatro solteiros, um divorciado, quatro possuem filhos, de um a dois. Uma família possui 4 (quatro) filhos. A maioria, 7 (sete) tem origem em Juiz de Fora e 4 (quatro) migraram de cidades vizinhas. Seis dos entrevistados acreditam ser da classe média e cinco da classe D.

A renda também é variável, a familiar de 2 a 7 mínimos, a per capita de 1 a 4 mínimos e a individual de meio a 5 (cinco) mínimos. Todos possuem religião, sendo que 5 (cinco) são evangélicos, 3 católicos e 3 espíritas.

O ambiente familiar é confortável, com bens eletrodomésticos e eletrônicos novos. A maioria, de 50 a 100 metros quadrados, mas foi encontrada residência de até 24 metros quadrados. Nove entrevistados possuem casa própria, dois pagam aluguel, demonstrando que o bem posicional mais buscado é o imóvel. A preferência é por casas, um imóvel é financiado e em cinco famílias a casa própria foi construída através de um arranjo familiar, por cessão de parte do terreno, em situação de fragilidade jurídica e de registro de imóvel. Cinco imóveis foram adquiridos no período do recorte de tempo da pesquisa, um totalmente reconstruído e três ainda moram com os pais em imóvel da família.

Alguns imóveis não possuem acabamento externo ou apresentam assimetrias e desníveis, entretanto, o interior é acabado, demonstrando que os entrevistados se preocupam com o conforto e não com a demonstração de “riqueza” para os outros.

Os emergentes estudados consomem objetos e bens misturando gêneros e hierarquias, o que remete ao conceito de *kitsch*. Os conceitos de bom gosto, mau gosto ou luxo são relativizados, o que importa é o valor de uso do objeto e o conforto que ele pode gerar. Os entrevistados consomem mais e em melhor qualidade, mas não escolhem pela marca, somente três deles relataram preferências.

Com relação ao patrimônio, dos 11 (onze) entrevistados, 8 (oito) ampliaram seus bens posicionais no período estudado pela pesquisa. Cinco adquiriram a casa própria. Um adquiriu um terreno onde pretende construir uma casa com loja e outro uma granja na zona rural, onde está construindo uma pequena casa. Quatro compraram veículos. Um financiou um apartamento e um reformou a residência. Já com relação ao capital cultural, 9 (nove) entrevistados melhoraram sua escolaridade, sendo que 8 (oito)

cursaram o ensino superior e um o ensino técnico, apesar de considerar que somente a educação formal não é a única responsável pelo aumento de capital cultural. Nem sempre melhor escolaridade corresponde a um ganho em capital cultural, mas os entrevistados tiveram um avanço significativo neste campo, abrindo um mercado mais amplo de experiências e novos conhecimentos. Isto demonstra uma melhoria no capital cultural e econômico e uma preocupação com a aquisição de bens estáveis, o que reduz significativamente as chances de um descenso.

Os locais de compra preferidos são os supermercados, comércio de rua, galerias e Internet, nesta ordem e as formas de pagamento, cartão de crédito a vista, parcelado e débito. Cinco entrevistados possuem plano de saúde, a maioria empresarial, somente dois entrevistados possuem plano particular. Todos os pesquisados possuem acesso à Internet e usam as redes sociais, 9 (nove) possuem computador em casa e 2 (dois) acessam somente pelo celular. A Internet é uma nova forma de consumir e aparece como a quarta preferida, antes mesmo de outros locais como os *shoppings centers*.

Os emergentes pesquisados administram bem o pequeno capital econômico e preferem pagar suas contas a vista a contrair prestações. O parcelamento é feito somente nos casos de bens mais caros como o carro. Nenhum deles declarou possuir dívida ou empréstimo. A estratégia é economizar e comprar a vista. Para isto, sete deles possuem caderneta de poupança.

A ascensão social permitiu aos entrevistados desenvolver outras atividades além do trabalho e do descanso, ocupando o tempo livre com lazer, esportes, viagem de férias, leitura e outras atividades, como frequência a bares e restaurantes, que não faziam antes ou faziam pouco. O tempo do trabalho, o tempo livre e o tempo do lazer são bastante definidos. A viagem anual de férias foi citada por sete das famílias, com preferência de destino para o litoral. Estas viagens são planejadas durante todo o ano e operam como marcadores de prestígio. Nestas viagens, os entrevistados podem experimentar a alternância cíclica de prestígio.

A ascensão ocorreu de diversas formas entre os entrevistados, que a partir da melhoria do capital cultural (escolaridade) e do capital econômico (renda) puderam ter novas experiências no mundo dos bens, consumindo mais e em melhor qualidade, estabelecendo outras relações simbólicas e de demarcação social. Esta nova relação, livre da urgência, possibilitou novos elementos em seus estilos de vida, incorporando

novos hábitos, gostos e forma de relacionar com o consumo e uso dos bens. Entretanto, o capital econômico apesar de ser melhor, ainda permanece limitado na nova classe média, o que não permite mudanças profundas e radicais no estilo de vida, ainda bastante determinado pelo *habitus* de classe.

As maiores alterações ocorreram entre os que mais melhoraram a sua escolaridade com o ensino superior, o que demonstra que o *habitus* de classe, apesar de ser determinante para as escolhas dos indivíduos, pode ser alterado pelas trajetórias de vida. A única entrevistada que não alterou o seu nível de escolaridade foi a que menos teve alteração em seu estilo de vida, com a mudança se restringindo mais a um pequeno aumento no poder de compra.

A maior mudança ocorreu no campo da educação. A melhoria na escolaridade com a conclusão do curso superior foi o fator que mais trouxe transformação para a vida dos entrevistados. A educação é a grande transformadora e promotora de inclusão social. Mesmo os que não atuam na área de formação tiveram um ganho significativo em termos de capital cultural, de realização pessoal, autoestima e melhor colocação no mercado de trabalho. O “diploma” tem um significado muito grande para os entrevistados e suas famílias e, representa um troféu, uma conquista, um ponto de chegada, a realização de um sonho que não foi sonhado pelos seus pais. Enquanto para as elites a formação superior é um caminho natural e sua conclusão é o início de uma nova fase, para os entrevistados é o fim de uma meta alcançada. O capital cultural foi alterado pela melhoria da escolaridade, abrindo uma nova perspectiva como melhor colocação no mercado de trabalho, consumo de bens culturais, participação política, ações de voluntariado e militância.

Entretanto, as mudanças no estilo de vida não foram radicais ou transformaram totalmente a vida dos entrevistados, mas foram muito significativas para eles, melhoraram as condições de conforto e abriram novas oportunidades e mercado de escolhas. Apesar do maior capital, eles ainda continuam muito ligados à sua vida anterior e a seus valores, como por exemplo, na opção pela moradia em seus locais de origem e na construção de sua autoimagem e percepção de classe, já que ainda se consideram pobres. Entre os 11 (onze) entrevistados, 6 (seis) acham que ainda são pobres e pertencem à classe D.

Entre os entrevistados para esta pesquisa, o processo da ascensão trouxe alterações em suas vidas, na medida em que a renda e capacidade de consumo aumentaram e puderam comprar bens, conhecer e usufruir de serviços e atividades que antes eram privados ou pouco podiam se beneficiar. Esta avaliação é muito difícil de dimensionar, uma vez que aos olhos de outras classes sociais, as mudanças parecem que não são tão significativas, uma vez que estes benefícios já passaram pelo processo de naturalização em suas vidas ou sempre foram naturais.

É difícil entender o significado de poder ir a um salão de beleza, viajar nas férias para a praia, pagar um plano de saúde, comprar um carro, fazer uma compra maior de supermercado e ter um curso superior, para quem nunca foi privado destas oportunidades e destas escolhas. Entretanto, para quem chega neste novo mercado, estas atividades vão muito além de uma rotina de vida, demonstração de prestígio ou distinção, significam a conquista da cidadania. Os entrevistados não manifestaram desejo de distinção, não querem consumir para os outros, mas ter acesso a bens e serviços que não tinham antes, consumir para si mesmos.

Outra transformação detectada na pesquisa foi com relação à percepção dos entrevistados sobre os seus direitos de cidadão. Passaram a exigir mais e a cobrar seus direitos, como no caso de duas entrevistadas que desenvolvem ações neste sentido. Uma delas é militante política e candidata a vereadora e outra defende a causa da mobilidade para os deficientes físicos e idosos.

Os entrevistados tiveram origem em famílias muito pobres, com pais de baixa renda e escolaridade, entraram no mercado de trabalho muito jovens como os pais, demoraram a concluir o curso superior e, entretanto, puderam romper esta sequência de pobreza e construir outra história, num contexto social que proporcionou um mercado de oportunidades, que foram aproveitadas pelos emergentes. A trajetória dos entrevistados teria tudo para repetir a história de seus pais, de uma vida de sobrevivência, mas em algum momento conseguiram romper esta barreira e ascender socialmente.

Até o encerramento desta pesquisa a ascensão dava sinais de ser estável e permanente, já que sua base foi fundada em maior escolaridade e bens posicionais fortes, como a casa própria. Os pais passaram uma vida inteira de dificuldades e os filhos iniciaram a ascensão mais cedo, mais jovens e, portanto, terão uma vida na sua

maior parte com melhores condições de conforto e bem estar. Entretanto, não se pode ainda avaliar os efeitos da instabilidade econômica e política, a partir de meados de 2015 e se a crise poderá afetar a ascensão e quais as suas consequências sobre os emergentes, não fazendo parte do recorte de tempo desta pesquisa, o que não invalida o período de ascensão nos primeiros anos do milênio. Os entrevistados experimentaram o acesso a novos bens e serviços, saindo de uma situação de sobrevivência para um novo contexto, ainda que isto não signifique uma situação de igualdade de oportunidade numa sociedade onde a desigualdade ainda é presente e marcante para grande parcela dos brasileiros, privados de bens essenciais como assistência médica e boas escolas.

REFERÊNCIAS

- ABDALA, Paulo Ricardo Zelio. **A nova classe média e a dialética do consumo.** XXXVI ENANPAD (Encontro Nacional da Associação de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração). Rio de Janeiro: 22 a 26 de setembro de 2012. Disponível em <http://www.anpad.org.br/~anpad/>. Acesso em 19 de janeiro de 2014.
- ABRIL. **Mídia kits semanais.** Disponível em www.abril.com.br. Acesso em 04 de setembro de 2012.
- ADORNO, Theodor W. e HORKHEIMER, Max. Trad. Juba Elisabeth Levy. **Indústria cultural e sociedade.** São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- _____. **Dialética do esclarecimento. Fragmentos filosóficos** [1947]. Disponível em <http://antivalor.vilabol.uol.com.br>. Acesso em 17 de março de 2013.
- AGUIAR, Neuma (org.). **Hierarquias em classes.** Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1974.
- ALVES, Laís Sienna, WILBERT, Marcelo Driemeyer. **Redução do Imposto sobre Produtos Industrializados e a venda de automóveis.** XI Congresso USP de Iniciação Científica. São Paulo: 21 a 23 de julho de 2014.
<http://congressosp.fipecafi.org/web/artigos142014/265.pdf>. Acesso em 10 de fevereiro de 2016.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EMPRESAS DE PESQUISA. **Alterações na aplicação do Critério Brasil, válidas a partir de 01/01/2013.** Disponível em: www.abep.com.br. Acesso em 16 de maio de 2013.
- AUGÉ, Marc. **Não-lugares. Introdução a uma antropologia da supermodernidade.** Campinas: Papirus, 1994.
- BARNES, J.A. **Redes sociais e processo político.** In: BIANCO, Bela Feldman (org.). *A antropologia das sociedades contemporâneas.* São Paulo: Global, 1987.
- BARROS, Ricardo; DIECKMANN et al. **A nova classe média brasileira: desafios que representa para a formulação de políticas públicas.** Brasília: Seminário Políticas Públicas para a Nova Classe Média Brasileira. Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República e Secretaria de Políticas Econômicas do Ministério da Fazenda, 2011. Disponível em www.sae.gov.br/novaclassemedia. Acesso em 12 de junho de 2012.
- BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulação.** Antropós - Éditions Galilée, 1981.
- _____. **O sistema dos objetos.** São Paulo: Perspectiva, 1993.
- _____. **Para uma crítica da economia política do signo.** Rio de Janeiro: Elfos, 1995 .

- _____. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 2007.
- BAUER, Martin W; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa, com texto, imagem e som**. Petrópolis: Vozes, 2000.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida para o consumo**. São Paulo: Jorge Zahar, 2008.
- BENNET, Peter D. **O comportamento do consumidor**. São Paulo: Atlas, 1980.
- BLACKWELL, Roger D. **O comportamento do consumidor**. São Paulo: Thompson, 2005.
- BOURDIEU, P. **Gostos de classe e estilos de vida**. In: ORTIZ, R. (Org.) Pierre Bourdieu. 2.ed. São Paulo: Ática, 1983, pp. 82-121.
- _____. **A Distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2007.
- _____. **O desencantamento do mundo: estruturas econômicas e estruturas temporais**. São Paulo: Perspectiva, 1979.
- _____. **O Poder Simbólico**. Lisboa: Difel, 1989.
- _____. **A Miséria do Mundo**. Petrópolis: Vozes, 2007, 6ª ed.
- _____. **A economia das trocas linguísticas**. São Paulo: Edusp, 1996.
- _____. **Condição de classe e posição de classe**. In: AGUIAR, Neuma (org.). Hierarquias em classes. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1974.
- _____. **Coisas ditas**. São Paulo: Brasiliense, 2004.
- _____. **O costureiro e sua grife**. In: A produção da crença. Porto Alegre: Zouk, 2008.
- _____. **Respuestas por una antropología reflexiva**. México: Editorial Grijalbo, 1995.
- BRAIDA, Frederico. **Passagens em rede: a dinâmica das galerias comerciais e dos calçadões nos centros de Juiz de Fora e Buenos Aires**. Juiz de Fora: Funalfa, UFJF, 2011.
- BRASIL. Banco Central. **Histórico de metas para a inflação no Brasil**. Disponível em: www.brasil.gov.br/sobre/economia/mercado-financeiro/inflacao. Acesso em 08 de maio de 2013.
- BRASIL. Ministério da Fazenda. **Programa de ação imediata**. Disponível em : <http://www.fazenda.gov.br/portugues/real/realem.asp> . Acesso em 22 de agosto de 2013.

_____. Ministério da Fazenda. **E.M. Interministerial N° 205/MF/SEPLAN/MJ/MTb/MPS/MS/SAF, Brasília 30 de junho de 1994. Medida Provisória. Plano Real.** Disponível em : <http://www.fazenda.gov.br/portugues/real/realem.asp> . Acesso em 22 de agosto de 2013.

BRASIL. Secretaria de Assuntos Estratégicos . **Relatório da Comissão para definição da classe média no Brasil.** Brasília, SAE,2012. Disponível em <http://www.sae.gov.br/documentos/publicacoes/relatorio-de-definicao-da-classe-media-no-brasil/>. Acesso em 28 de abril de 2015.

_____. Secretaria de Assuntos Estratégicos. **Social e renda. A Classe média brasileira.** Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República: Brasília, número 1, 2014.

BUENO, Maria Lucia. CAMARGO, Luiz Octávio de Lima (org.). **Cultura e consumo. Estilos de vida na contemporaneidade.** São Paulo: Editora Senac, 2008.

BURKER, Peter. **Modernidade, cultura e estilos de vida.** In: BUENO, Maria Lucia. **Cultura e consumo. Estilos de vida na contemporaneidade.** São Paulo: Editora Senac, 2008.

CAMPBELL, C. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno.** Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

CANCLINI, N.G. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização.** 4.ed. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2008.

CARVALHO, Giuliano Orsi Marques de .“**As galerias de Juiz de Fora”: urbanidade da área central**”. Dissertação de Mestrado em Urbanismo do Centro de Estudos de Ciências Exatas, da Pontifícia Universidade Católica de Campinas, São Paulo. Disponível em: www.bibliotecadigital.puc-campinas.edu.br. Acesso em 18 de fevereiro de 2013.

COHN, Gabriel. **As diferenças finas: de Simmel a Luhmann.** Revista Brasileira de Ciências Sociais, vol. 13 n. 38, São Paulo, outubro 1998.

DOUGHERTY, Maureen O. **Auto-Retratos da Classe Média: Hierarquias de "Cultura" e Consumo em São Paulo.** Rio de Janeiro: Scielo, 1998, vol. 41 n. 2. <http://dx.doi.org/10.1590/S0011-52581998000200005>. Disponível em www.scielo.org. Acesso em 12 de junho de 2012.

DOUGLAS, Mary & ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens: por uma antropologia do consumo.** Rio de Janeiro, Editora UFRJ, 2004.

DUMAZEDIER, Joffre. **Lazer e cultura popular.** São Paulo: Perspectiva, 1973.

_____. **Questionamento teórico do lazer.** São Paulo: Sesc, 1975.

DURKHEIM, Emile. **As regras do método sociológico.** São Paulo: Cia Editora Nacional, 1978.

ECO, Umberto. **A estrutura do mau gosto**. In: Apocalípticos e integrados. São Paulo: Perspectiva, 1979.

ELIAS, Norbert & DUNNING, Eric. **A busca da excitação**. Lisboa: Difel –Difusão Editorial, 1992

_____. **O processo civilizador**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994

FERNANDES, Florestan: **A revolução burguesa no Brasil**. Rio de Janeiro. Editora Guanabara, 1987.

FERNANDES, Francisco H.G; Julian Messina; Jamele Rigolini; Luis Felipe, López-Calva; Maria Ana Lugo e Renos Vakis. 2013. **Visão geral: mobilidade econômica e a ascensão da classe média latino-americana**. Washington,DC. World Bank. Licence Creative Commons Attribution CCBY 3.0.

FERTHERSTONE, M. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FIORIN, Luiz. **Elementos de análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 1999. 93 p.

FRÚGOLI, Heitor. **Sociabilidade e consumo nos shoppings centers de São Paulo**. In:

BUENO, Maria Lucia. CAMARGO, Luiz Octávio de Lima (org.). **Cultura e consumo. Estilos de vida na contemporaneidade**. São Paulo: Editora Senac, 2008, p.231-246.

GEORGE, Pierre. **Geografia do consumo**. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1971. 2ª ed. Tradução Djalma Forjaz Neto. Coleção Saber Atual.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

GREIMAS, Algirdas Julien, LANDOWSKIE, E. **Análise do discurso em ciências sociais**. São Paulo: Global Universitária, 1986. 283 p.

GUILHOTO, Joaquim J.M., CONCEIÇÃO, Pedro H.Z. da, CROCOM, Francisco C. **Estruturas de Produção, Consumo, e Distribuição de Renda na Economia Brasileira: 1975 e 1980 Comparados**. São Paulo: USP. Disponível em http://www.fea.usp.br/feaecon//media/livros/file_456.pdf . Acesso em 10 de junho de 2012.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública: Investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro: 2.ª edição: 2003.

HOBBSAWM. Eric. **Era dos extremos. O breve século XX**. São Paulo: Cia das Letras, 1995.

INSTITUTO DATA POPULAR. **O mercado da base da pirâmide no Brasil**, 2006. Disponível em www.datapopular.com.br. Acesso em 04 de setembro de 2012.

_____. **É fundamental entender este novo consumidor.** Newsletter, 12 de junho de 2012, nº 1, p. 3. Disponível em www.datapopular.com.br. Acesso em 12 de junho de 2012.

_____. **Poder de compra das famílias brasileiras.** Disponível em <http://datafolha.folha.uol.com.br/mercado/index.shtml>. Acesso em 16 de maio de 2015.

IPC Maps Editora. **IPC Maps 2015.** Disponível em www.ipcbr.com?downpress/release_imprensa_2015.pdf. Acesso em 16 de maio de 2015.

LAHIRE, Bernard. **Retratos sociológicos.** Porto Alegre: Artmed, 2004.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero : a moda e seu destino nas sociedades Modernas.** Tradução Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

_____. **A felicidade paradoxal.** São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

LUHMANN, Niklas. **“O conceito de sociedade”**, in A Nova Teoria dos Sistemas. Porto Alegre: Editora da UFRGS; Goethe Institut, 1997, p. 75-91.

MAGALHÃES, Marina de S. ; MARINHO, M.S. ; ANCHIETA, I. ; AZZOLINO, A.P. ; e outros . **Mapeamento do ensino do jornalismo cultural em 2008.** 1. ed. São Paulo: Instituto Itaú Cultural, 2008.

MAGALHÃES, Marina de S. ; AZZOLINO, Adriana Pessatte ; ALZAMORA, Geane ; ANCHIETA, I. ; Marinho, Margareth Assis ; TEIXEIRA, Nisio ; GOLIN, Cida . **7 Propostas para o Jornalismo Cultural.** 1. ed. São Paulo: Miró Editorial, 2009. .

MAGNANI, José Guilherme. **“Lazer, um campo interdisciplinar de pesquisa”**. In: BRUHNS, Heloísa Turini; GUTIERREZ, Gustavo Luiz (Orgs.). **O corpo e o lúdico: ciclo de debates lazer e motricidade.** Campinas: Autores Associados, Comissão de Pós-Graduação da Faculdade de Educação Física da UNICAMP, 2000.

MATURANA, Humberto. **O que é ver?** In: A ontologia da realidade. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1997, p. 77-105.

_____. **Tudo é dito por um observador.** In: A ontologia da realidade. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1997, p. 53-66.

MAYER, Adrian C. 1987. **“A importancia dos ‘quase-grupos’ no estudo das sociedades complexas”**, in B. FELDMANBIANCO (org.), Antropologia das sociedades contemporâneas - Métodos. São Paulo: Global, 1966, p. 127-158.

MAYER, B. Kurt. **Classe e sociedade.** Rio de Janeiro: Bloch Editores, 1967.

MEIRELLES, Renato. **Marketing para a base da pirâmide: modo de usar.** Revista Marketing, outubro 2011, p.18.

_____,ATHAYDE, Celso. **Um país chamado favela**. São Paulo: Editora Gente, 2014

MESSIAS, José Flavio. **O papel da nova classe média na economia brasileira**. São Paulo: 22 de setembro de 2013, Revista Acadêmica Augusto Guzzo, Faculdades Integradas Campos Salles, n.12, p.97-110. Disponível em http://www.fics.edu.br/index.php/augusto_guzzo/article/view/154/0. Acesso em 27 de abril de 2015.

MOLES, Abraham. **O kitsch: a arte da felicidade**. 3.ed. Tradução Sérgio Miceli. São Paulo: Perspectiva, 1986. Coleção Debates.

MOLINA, José Luis. **Métodos y técnicas del análisis de redes sociales**. In: El análisis de redes sociales: una introducción. Barcelona: Edicions Bellaterra,2001, p. 59-100.

NERI, Marcelo Cortes (coord.) **A nova classe média**. Rio de Janeiro: FGV, Centro de Políticas Sociais, 2008. Disponível em www.fgv.br/cps/classe_media. Acesso em 12 de junho de 2012.

_____, Marcelo Cortes; COUTINHO DE MELO, Luisa Carvalhaes (coords.) **Miséria e a nova classe média na década da igualdade**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas. Centro de Políticas Sociais, 2008. Disponível em www.fgv.br/cps/desigualdade. Acesso em 12 de junho de 2012.

_____, Marcelo Cortes (coord.) **Os emergentes dos emergentes: reflexões globais e ações locais para a nova classe média brasileira**. Rio de Janeiro: FGV, Centro de Políticas Sociais, 2008. Disponível em www.fgv.br/cps. Acesso em 12 de junho de 2012

_____, Marcelo. **A pequena grande década: crise, cenários e a nova classe média**. Rio de Janeiro: FGV, Centro de Políticas Sociais, 2010. Disponível em www.fgv.br/cps/c2010. Acesso em 18 de julho de 2012.

_____, Marcelo. **De volta ao país do futuro: projeções, crise europeia e a nova classe média brasileira**. Rio de Janeiro: FGV, Centro de Políticas Sociais, 2012. Disponível em www.fgv.br/cps/. Acesso em 18 de julho de 2012.

_____, Marcelo. **A nova classe média: lado brilhante dos pobres**. Rio de Janeiro: FGV, Centro de Políticas Sociais, 2010. Disponível em <http://www.cps.fgv.br/cps/ncm/>. Acesso em 18 de julho de 2012.

_____, Marcelo. **Consumidores, produtores e a nova classe média**. Rio de Janeiro: FGV, Centro de Políticas Sociais, 2009. Disponível em www.fgv.br/cps/. Acesso em 18 de julho de 2012.

_____, Marcelo. **O atlas do bolso dos brasileiros**. Rio de Janeiro: FGV, Centro de Políticas Sociais, 2009. Disponível em www.fgv.br/cps/. Acesso em 18 de julho de 2012.

_____, Marcelo. **Crônica da crise: ressaca e resiliência recentes**. Rio de Janeiro: FGV, Centro de Políticas Sociais, 2009. Disponível em www.fgv.br/cps/. Acesso em 18 de julho de 2012.

_____, Marcelo. **Crônica de uma crise anunciada: choques externos e a nova classe média.** Rio de Janeiro: FGV, Centro de Políticas Sociais, 2009. Disponível em www.fgv.br/cps/. Acesso em 18 de julho de 2012.

_____, Marcelo. **A década inclusiva (2001-2012): desigualdade, pobreza e políticas de renda.** Comunicado 155. Brasília: Ipea (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada), Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República, 2012. Disponível em : <http://www.ipea.gov.br>. Acesso em 25 de setembro de 2012.

_____, Marcelo; MELO, Luisa Carvalhaes Coutinho de; MONTE, Samanta dos Reis Sacramento. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2012.

NOGUEIRA, Danielle. Shopping na favela. **O Globo**, Rio de Janeiro, Economia, p.13, 12 de fevereiro de 2013.

OLIVEIRA LIMA, Diana Nogueira de. **Para uma Antropologia do Consumo**. In: Sujeitos e Objetos de sucesso. Antropologia do Brasil Emergente. Rio de Janeiro: Garamont/Faperj, 2008, pp.49-114.

OLIVEIRA, Mônica Ribeiro de. VISCARDI, Claudia Maria Ribeiro. **Vivendo a História.** FGV: Rio de Janeiro, 2011.

PACKARD, Vance. **Estratégia do desperdício.** São Paulo: Ibrasa, 1965. Tradução Aydano Arruda.

PAULA, Nice de. Um Ipea mais aplicado. **O Globo**, Rio de Janeiro, 24 de abril de 2015, p. 15, economia.

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

_____, Márcio. **O mito da grande classe média: capitalismo e estrutura social.** São Paulo: Boitempo Editorial, 2014.

RIBEIRO, Jorge Luis. **Uma nova classe média sem religião.** Disponível em: http://amaivos.uol.com.br/amaivos09/noticia/noticia.asp?cod_canal=41&cod_noticia=18319. Acesso em 03 de outubro de 2012.

SETTON, Maria da Graça Jacintho. **A teoria do habitus em Pierre Bourdieu: uma leitura contemporânea.** Revista Brasileira de Educação. São Paulo: Usp, Maio/jun/jul/ago, 2002, no 20. Disponível em: http://www.anped.org.br/rbe/rbedigital/RBDE20/RBDE20_06_MARIA_DA_GRACA_JACINTHO_SETTON.pdf. Acesso em 11 de julho de 2011.

SIMMEL, Georg. **Questões fundamentais da sociologia.** Rio de Janeiro: Zahar, 2006.
SOUZA, Jessé. **Os batalhadores brasileiros: nova classe média ou nova classe trabalhadora.** Belo Horizonte: UFMG, 2010 (Humanitas)

_____, Jessé. **A ralé brasileira. Quem é e onde vive.** Belo Horizonte: UFMG, 2009.

_____, Jessé. **A construção social da subcidadania**. Belo Horizonte: UFMG; Rio de Janeiro: IUPERJ, 2003.

TARDÁGUILA, Cristina. Entre sushis e cruzeiros: a vida da classe C brasileira. **O Globo**, Rio de Janeiro, 10 de junho de 2011, Segundo Caderno, p.8.

USP (Universidade de São Paulo). **Modelo desenvolvido na FEA propõe nova classificação socioeconômica do Brasil**. Disponível em : <http://www5.usp.br/6313>. Acesso em 22 de agosto 2013.

USP (Universidade de São Paulo). **Pesquisadores discutem possível ascensão de uma nova classe média**. Disponível em: <http://www5.usp.br/31210/>. Acesso em 22 de agosto de 2013.

VEBLEN, Thorstein. **A teoria da classe ociosa**. Trad. Olivia Krxhenbuhl. São Paulo: Livraria Pioneira Editora, 1965.

VELHO, Gilberto. **Individualismo e cultura: notas para uma antropologia da sociedade contemporânea**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008, 8ª ed.

WEITZEL, Antônio Henrique. **Vozes do saber das gentes**. Juiz de Fora: o autor, 2001.

WRIGHT MILLS, C. **A nova classe média (White collar)**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1969.

SITES

<http://www.cps.ufjf.br/anuarios/Anuario2012/index.html>. Acesso em 15 de março de 2013.

<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/home.php>. Acesso em 25 de junho de 2013.

<http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/imprensa/ppts/00000006960012162011001721999177.pdf>. Acesso em 23 de novembro de 2015.

<http://www.pjf.mg.gov.br/cidade/index.php>. Acesso em 06 de outubro de 2014.

<http://www.pjf.mg.gov.br/noticias/view.php?modo=link2&idnoticia2=45305>. Acesso em 5 de dezembro de 2015.

<http://www.brasil.gov.br/infraestrutura/2014/04/entenda-como-funciona-o-minha-casa-minha-vida>. Acesso em 24 de outubro de 2014.

<http://www.ufjf.br/nugea/banco-das-comunidades-quilombolas/dinamicas-urbana-e-regional-em-cidades-me-edias/comunidade-sao-pedro-de-cima/banco-de-programas-habitacionais-em-juiz-de-fora/>. Acesso em 05 de agosto de 2015.

<http://www.fiemg.com.br/> Acesso em 22 de abril de 2015.

<http://www.ipea.gov.br>. Acesso em 25 de setembro de 2012.

http://www.fgv.br/cps/classe_media . Acesso em 12 de junho de 2012, 18 de julho de 2012, 29 de setembro de 2012 e 25 de junho de 2013.

<http://www.fazenda.gov.br/portugues/real/realem.asp> . Acesso em 08 de setembro de 2013.

<http://www.abep.com.br>. Acesso em 16 de março de 2013.

<http://www.tribunademinas.com.br>. Acesso em 24 de agosto de 2013.

<http://www.cnseg.org.br/cnseg/home.html>. Acesso em 10 de fevereiro de 2015.

<http://www.datapopular.com.br>. Acesso em 12 de junho de 2012, 04 de setembro de 2012, 11 de janeiro de 2014, 18 de janeiro de 2014 e 16 de maio de 2015.

<http://datafolha.folha.uol.com.br/mercado/index.shtml>. Acesso em 16 de maio de 2013.

<http://www.projetointermeios.com.br/>. Acesso em 21 de janeiro de 2012.

<http://www.ibope.com.br> .Acesso em 25 de janeiro de 2013, 2 de abril de 2014, 10 de outubro de 2014 e 04 de maio de 2015.

<http://www.sae.gov.br/novaclassemedia>. Acesso em 12 de junho de 2012, 25 de junho de 2012 e 28 de abril de 2015.

<http://www.bopglobalnetwork.org.br/conceito-de-bop>. Acesso em 06 de novembro de 2015.

<http://www.konkero.com.br/>. Acesso em 6 de novembro de 2015.

<http://planocde.com.br/negocios-sociais/> Acesso em 6 de novembro de 2015.

<http://www.yunusnegociossociais.com/> Acesso em 6 de novembro de 2015.

<http://www.voxcapital.com.br/>. Acesso em 6 de novembro de 2015.

<http://artemis.org.br/>. Acesso em 6 de novembro de 2015.

<http://www.bopglobalnetwork.org.br/iniciativas>. Acesso em 6 de novembro de 2015.

<http://www.ice.org.br/historia.htm>. Acesso em 6 de novembro de 2015.

<http://www.novafavelabrasileira.com.br/> 5. Acesso em 17 de maio de 2013 e 30 de março de 2015.

<http://www.abril.net.com.br> .Acesso em 03 de fevereiro de 2016.

<http://cbl.org.br/telas/noticias/noticias-detalhes.aspx?id=1930>. Acesso em 07 de janeiro de 2016.

<http://www.abril.revistas.com.br>. Acesso em 04 de setembro de 2012.

<http://datafavela.com.br>. Acesso em 4 de abril de 2014.

https://www.tripadvisor.com.br/Restaurants-g887228-zfn83294-Juiz_de_Fora_State_of_Minas_Gerais.html. Acesso em 09 de fevereiro de 2016.

<http://www.robertomarinho.com.br/obra/globosat/o-inicio/da-parabolica-ao-cabo.htm>. Acesso em 09 de fevereiro de 2016.

<http://www.ufjf.br/critt/> Acesso em 13 de dezembro de 2015.

<http://www.bahamas.com.br/ListaLojas.aspx?Area=Lojas> Acesso em 26 de fevereiro de 2016.

<http://www.jardimnorte.com.br/#areaHome> Acesso em 26 de fevereiro de 2016.

<http://www.mec.gov.br> Acesso em 6 de agosto de 2011.

GLOSSÁRIO

BENEFÍCIO DE PRESTAÇÃO CONTINUADA: benefício de um salário mínimo pago a idosos acima de 65 anos e deficientes físicos, com renda per capita familiar inferior a um quarto do salário mínimo. Pode ser acumulado com outros membros da família. Instituído pela Loas (Lei Orgânica da Assistência Social, Lei 8742 de 7 de dezembro de 1993).

BOP: empresas que se dedicam ao mercado para atender a população da base da pirâmide social.

BOLSA FAMÍLIA: Programa do governo federal de transferência de renda mensal para famílias com crianças e adolescentes até 17 anos com renda per capita entre R\$70,01 a R\$ 140,00 e para todas as idades para famílias com renda per capita até R\$70,00. Criado pela lei 10.836 de 9 de janeiro de 2004.

CRITÉRIO BRASIL: CCEB, Critério de Classificação Econômica Brasil, instrumento de segmentação econômica que utiliza o levantamento de características domiciliares (presença e quantidade de alguns itens domiciliares de conforto e grau escolaridade do chefe de família), adotado pelos institutos de pesquisas.

CONURBAÇÃO: fenômeno indicativo de união das áreas urbanas entre dois municípios vizinhos.

FARMÁCIA POPULAR: Programa criado em 2004 pela lei 10.858 que oferece medicamentos gratuitos para hipertensão, diabetes e asma e com desconto de 90% para dislipidemia, mal de Parkinson, osteoporose e glaucoma e contraceptivos e fraldas geriátricas, em rede própria ou conveniadas.

FAVELA: para o IBGE favelas são aglomerados subnormais, conjunto de domicílios com o mínimo de 51 unidades, de ocupação desordenada e densa, em terreno de propriedade alheia público ou particular e que não possui acesso a serviços públicos essenciais. Para a ONU favela é uma área de acesso inadequado ao saneamento básico, baixa qualidade das residências, alta densidade e insegurança quanto ao status da propriedade. O IBGE engloba no conceito de aglomerado subnormal além da favela, grotas, invasões, baixadas, comunidades, vilas, mocambos, palafitas.

ÍNDICE GINI: índice critério criado pelo matemático italiano Conrado Gini para medir a concentração de renda de um determinado grupo social. O índice vai de zero a 1 . O grau zero significa igualdade de renda. Ele determina a diferença de renda entre os mais ricos e os mais pobres.

MATRIZ DE DESTINOS: determina a mobilidade das classes sociais.

MINHA CASA MINHA VIDA: Programa de moradia popular criado em 2009, que financia residências para famílias com renda bruta de até R\$ 1.600,00, através de

financiamento pela Caixa Econômica Federal e recursos do PAC (Programa de Aceleração do Crescimento) e participação das Prefeituras.

PROGRAMA UNIVERSIDADE PARA TODOS: Prouni, oferece bolsa integral para renda per capita de até 1,5 salários mínimo e parcial de 50%, para renda de até 3 salários mínimos per capita. O candidato deve prestar o Enem no ano anterior e ter aproveitamento de 75% durante o curso superior para não perder o benefício. Criado em 2004 pela Lei 11.096. Já atendeu 1,9 milhão de estudantes.

RENDA HABITUAL OU NORMAL: renda sem adicionais sazonais e flutuações transitórias das rendas como 13º salário, hora extra e abono férias.

RENDA PERMANENTE: capacidade de manter o padrão de consumo continuamente.

RENDA PER CAPITA: renda por indivíduo.

RENDA CORRENTE: renda do trabalho, aluguéis e investimentos.

RENDA EFETIVA: renda total incluindo as flutuações sazonais das rendas como 13º salário, hora extra e abono férias.

RENDA DE TODAS AS FONTES: renda do trabalho, transferência familiar, posse de ativos e transferências do estado (aposentadoria, pensão e programas sociais como seguro desemprego, previdência e bolsa família).

RENDA DO TRABALHO: renda proveniente somente do trabalho.

RENDA DOMICILIAR DE TODAS AS FONTES: renda familiar oriunda do trabalho, posse de ativos e transferências do estado, como aposentadoria, pensão, programas sociais, seguro desemprego, previdência e bolsa família.

RENDA PER CAPITA DO TRABALHO: renda dos indivíduos oriunda somente do trabalho.

RENDA DOMICILIAR DO TRABALHO: renda de todos os membros da família oriunda somente do trabalho.

RENDIMENTO MÉDIO NOMINAL DO TRABALHO: renda média proveniente somente do trabalho.

TV ABERTA: canais de televisão que são captados por antenas comuns sem pagamento de assinatura.

TV FECHADA: canais de televisão codificados e transmitidos por meio de assinatura mensal.

TRABALHO DOMÉSTICO: todo trabalho prestado para as famílias como empregadas diaristas e mensalistas, limpeza e vigilância, atendimento familiar tradicional (motorista, *baby sitter*, manicure, copeiro, damas de companhia), atendimento pessoal sofisticado (*personal trainer*, consultorias, piloto de aeronaves) e

outras ocupações como guardador de carros, alfaiate e recepcionista. Ele se caracteriza pelo trabalho improdutivo, não gera renda e depende da renda das famílias para ser mantido, ao contrário do trabalho produtivo que se paga e ainda gera rendimentos.

TRABALHADOR DE SALÁRIO BASE: trabalhador que recebe salário mínimo oficial.

SIGLAS

ABEP: Associação Brasileira das Empresas e Pesquisa

AM: amplitude modulada

BNH: Banco Nacional da habitação

BID: Banco Inter-americano de Desenvolvimento

BNDES: Banco do Desenvolvimento Social

BOP: base da pirâmide

BB: Bando do Brasil

BPC: Benefício de Prestação Continuada

CAGED: Cadastro Geral de Emprego e Desemprego do Ministério do Trabalho

CEMIG: Companhia Energética de Minas Gerais

CESAMA: Companhia de Saneamento e Meio Ambiente de Juiz de Fora

CEF: Caixa Econômica Federal

CBTU: Companhia Brasileira de Trens Urbanos

CCEB: Critério de Classificação Econômica Brasil

CNSEG: Confederação Nacional das Empresas de Seguro

CPS: Centro de Política Social da Fundação Getúlio Vargas

DETRAN: Departamento Nacional de Trânsito

EMATER: Empresa de Agropecuária e Abastecimento de Minas Gerais.

EJA: Ensino de Jovens e Adultos

FGV: Fundação Getúlio Vargas

FGTS: Fundo de Garantia por Tempo de Serviço

FIEMG: Federação das Indústrias do Estado de Minas gerais

FIES: Financiamento Estudantil

FM: frequência modulada

GINI: índice de medida de desigualdade social criado pelo matemático italiano
Conrado Gini

IBGE: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IBOPE: Instituto Brasileiro de Pesquisa de Opinião Pública

IBRASE: Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getúlio Vargas

IBRE: Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getúlio Vargas

ICMS: Imposto de Circulação de Mercadorias

ICE: Instituto de Cidadania Empresarial

IDH: Índice de Desenvolvimento Humano

INSS: Instituto Nacional de Seguridade Social

INEP: Instituto de Pesquisas Educacionais Anísio de Oliveira

IPC: Índice de Preços ao Consumidor

IFF: Índice de Felicidade Futura da Fundação Getúlio Vargas

IPEA: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada da Secretaria de Assuntos
Estratégicos da Presidência da República.

IVS: Índice de Vulnerabilidade Social.

LSE: levantamento sócio econômico

LOAS: Lei Orgânica de Assistência Social Lei 8742 de 07/12/1993

MCM: meio de comunicação de massa

MT: Ministério do Trabalho

ONU: Organização das Nações Unidas

PIS: Programa de Integração Social

PIB: Produto Interno Bruto

PME: Pesquisa Mensal de Emprego do Ministério do Trabalho

PNAD: Pesquisa Nacional de Amostra Domiciliar do IBGE

POF : Pesquisa de Orçamento Familiar do IBGE

PROUNI: Programa Universidade para Todos.

RMZM: Região Metropolitana da Zona da Mata.

SAE/PR : Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República

SEBRAE: Serviço Brasileiro de Apoio à pequena e Médias Empresas

SSAE: Subsecretaria de Ações Estratégicas da Secretaria de Assuntos estratégicos da presidência da república.

UFJF: Universidade Federal de Juiz de Fora

APÊNDICE

PLANILHA FAMILIAR

Nome :

Escolaridade:

Renda familiar (em salário mínimo):
mínimo):

Renda pessoal (em salário

Profissão :

Chefe família: () sim não ()

Idade:

Estado civil:

Religião:

No pessoas domicílio e grau parentesco:

FORMAÇÃO EDUCACIONAL	
Escola particular (fundamental e médio)	
Escola pública (fundamental e médio)	
Curso de línguas	
Curso superior (faculdade pública)	
Curso superior (faculdade particular)	
Curso pós-graduação	
Outros cursos qualificação. Cite:	
SAÚDE E PREVIDÊNCIA	
Plano saúde (privado ou empresarial)	
Previdência privada	
Plano funerário	
Plano odontológico	
Atividade física. Qual?	
BELEZA E ESTÉTICA	
Salão (unha, cabelo, depilação, escova, tintura) *especificar quantas vezes por mês	
Tratamento estético (limpeza pele, celulite, massagem, laser) *especificar quantas vezes por mês	
Outros serviços.Cite.	
VESTUÁRIO E ACESSÓRIOS * indicar marcas se tiver	
Marca	
Sem marca	
ACESSO A TECNOLOGIA * indicar número	
Telefone celular	
Computador	
Computador com Internet	
Smartphone	
Tablet	
Máquina fotográfica digital	
MP3, MP4	
Filmadora digital	
GPS	

Faz uso de rede social? Qual?	
AMBIENTE DOMICILAR *indicar número	
Fogão 4 bocas	
Fogão 6 bocas	
Geladeira uma porta	
Geladeira duas portas	
Freezer	
Micro-ondas	
Aspirador pó	
Ventilador	
Ar condicionado	
Máquina lavar roupa	
Tanquinho	
Aparelho de som	
TV LCD, PLASMA	
Vídeo game	
Banheiro	
Empregada doméstica mensal	
Diarista	
Imóvel próprio quitado	
Imóvel próprio financiado	
Aluguel	
Imóvel cedido	
Tamanho do imóvel em m ²	
Localização (bairro)	
Empregada doméstica mensal Empregada doméstica diarista	
CULTURA E LAZER	
Viagem de férias anual *indicar destino preferido	
Viagem fim de semana/feriados *indicar destino preferido	
Viagem para visitar parentes. Local.	
Cinema * indicar periodicidade	
Teatro * indicar periodicidade	
Show * indicar periodicidade	
Livros (número anual)	
Show de prêmios (bingo) * indicar periodicidade	
Baile/dança/balada/forró/bares/restaurantes * indicar periodicidade e local	
Televisão*indicar programas preferidos	
Sócio em clube	
Outros (cite):	

MÍDIA	
Assinatura de revista (Qual?)	
Assinatura de jornal (Qual?)	
Jornal e revista em banca (Qual e periodicidade)	
TV por assinatura	
TV digital livre	
Antena parabólica	
FINANÇAS	
Caderneta de poupança	
Título de capitalização (qual?)	
Cartão de crédito/débito	
Cheque	
Cheque especial	
Empréstimo (tipo)	
LOCAIS DE COMPRAS (numere em ordem de preferência)	
Comércio de rua	
Feiras	
Brechó	
Shopping center	
Galerias	
Internet	
Catálogos (quais)	
Supermercado	
Mercado de bairro	
Atacarejo	
Feiras livres	
FORMAS PAGAMENTO (numere ordem preferência)	
Cartão crédito parcelado	
Cartão crédito a vista	
Cartão débito	
Carnê/crediário	
Cheque	
Cheque pré-datado	
PATRIMÔNIO	
Imóvel para morar	
Imóvel para alugar	
Terreno/lote urbano	
Granja/sítio	
Loja	
Veículo (Qual? Modelo/ano)	
MERCADO DE TRABALHO	
Empregado carteira assinada	
Empregado sem carteira	
Autônomo (qual atividade)	

Empresário (ramo e porte)	
Aposentado/pensionista	
PERCEPÇÃO DE CLASSE (a qual classe acredita pertencer)	
CLASSE A	
CLASSE B	
CLASSE C	
CLASSE D	
CLASSE E	