“Nova classe média”: preferências econômicas e políticas

26/11/2012

Nova classe média preferências econômicas e políticasPor William Nozaki, publicado originalmente na Carta Maior

Classe C e Nova Classe Média

Em comparação com os últimos cinquenta anos, o Brasil convive atualmente com uma experiência inédita na transformação de sua estrutura social. As políticas de elevação real do salário mínimo, de expansão da oferta de crédito e de ampliação dos programas de transferência de renda estimularam o crescimento do PIB com base no avanço do mercado interno e originaram um tripé socioeconômico virtuoso caracterizado pelo aumento do mercado formal de trabalho, pela redução da pobreza e pela melhora na distribuição de renda.

Essa combinação de fatores tem como uma de suas principais conseqüências um fenômeno nem sempre analisado com o devido cuidado e rigor: o crescimento daquilo que se chama de modo inapropriado de “classe C” ou “nova classe média”.

Embora o adensamento das camadas intermediárias seja um fenômeno incontestável, a maior parte das pesquisas que captam essa mudança incorre em dois erros:

(i) Há uma associação superficial entre renda individual e classe social. O fato, por exemplo, de um trabalhador industrial qualificado e um professor universitário auferirem a mesma renda pode ser encarado como um indicador macroeconômico de redução da desigualdade. Mas, sociologicamente, diz muito pouco, ou quase nada, sobre seus estilos de vida distintos e seus hábitos de consumo diferentes. Tais ganhos, certamente, serão utilizados a partir de referências culturais e entre redes sociais que não garantem nenhum laço de pertencimento de classe, pelo contrário: o mais provável é que a realização do consumo revele status sociais ainda muito desiguais. Nesse sentido, há muitas diferenças entre o estilo de vida da classe média estabelecida e da chamada “nova classe média” que estão longe de ser transpostas.

(ii) Há uma relação inadequada entre renda média e estrato médio. Na maior parte das vezes, os estudos que abordam o assunto referem-se à média em seu sentido algébrico, ou seja: média é a posição matemática daquilo que está igualmente distante dos pontos extremos. Como a distribuição de renda no país é historicamente severa e como há uma distância muito grande entre os muito ricos e os extremamente pobres, o agrupamento intermediário orbita numa vasta faixa de rendimentos que vai, aproximadamente, de R$ 1000 a R$ 5000. Essa zona de estratificação dilatada impede análises mais criteriosas. Sendo assim, as denominações “classe C” e “nova classe média” são infelizes, posto que transmitem a impressão de que o Brasil está se tornando aquilo que não é: um país em que os remediados são a maioria e no qual a pobreza vai tornando-se um problema residual.

Para compreender essas mudanças em sua inteireza é preciso empreender uma análise que incorpore outras variáveis como estrutura ocupacional, acesso a mercadorias privadas e a serviços públicos, padrões de consumo, entre outros.

Perfil e preferências econômicas

Sob essa perspectiva o que se evidencia é que o mais adequado é denominar o estrato que ascendeu socialmente e economicamente nos últimos anos de nova classe trabalhadora urbana. Do ponto de vista ocupacional, trata-se de vendedores, balconistas, motoristas, motoboys, profissionais de telemarketing, os diversos tipos de auxiliares que atuam em empresas e comércios, recepcionistas, cabeleireiros, garçons e uma heterogeneidade de trabalhadores qualificados.

Do ponto de vista da educação, seus integrantes, na maioria, são aqueles que utilizam as escolas públicas ou escolas particulares com mensalidades mais baixas; e do ponto de vista da saúde, são aqueles que necessitam dos hospitais públicos ou de planos de saúde mais baratos. Esse balanceio instável entre os serviços públicos e as possibilidades privadas mais "em conta" se reproduz em outras esferas: habitação, transporte, segurança, alimentação, cultura, lazer, entretenimento etc.

Por esses motivos, ao contrário da classe média estabelecida que se queixa dos impostos inadvertidamente, a nova classe trabalhadora percebe com contrariedade o aumento de impostos, taxas e tarifas pois sua elevação lhe afeta mais diretamente o poder de compra, mas ela também reconhece a importância e a necessidade dos serviços públicos pois depende deles mais frequentemente.

Essa nova classe trabalhadora, em grande medida, trabalha de 10 a 14 horas por dia, tem dois ou mais empregos, trabalha de dia enquanto estuda a noite, e nas grandes cidades enfrenta horas de transporte público enquanto se desloca entre a casa e o trabalho. Também por esses motivos, ao contrário da classe média tradicional que tudo atribui ao mérito individual, a nova classe trabalhadora percebe sua ascensão como fruto do esforço individual e de privações, mas sabe que precisa contar frequentemente com alguma rede de solidariedade e laços fraternos entre os amigos e os vizinhos.

Mais do que outros estratos, esse grupo se beneficia da expansão do crédito ao consumidor e está satisfeito com a possibilidade de adquirir novos bens considerados indispensáveis para o conforto doméstico e para a melhora na qualidade de vida na cidade, esse grupo está disposto a encontrar sua sociabilidade pelos caminhos do consumo.

Idéias e preferências políticas

Esse conjunto de ambiguidades leva a crer que a nova classe trabalhadora não necessariamente tem uma consciência conservadora. Pelo contrário, esse setor está potencialmente disponível e aberto a visões mais progressistas, seus valores e seu voto podem ser conquistados pela esquerda.

Para compreender a relação entre as preferências econômicas e políticas dessa nova classe trabalhadora é fundamental considerar que o aumento do poder de compra possibilitou o acesso a novos canais de formação e informação, mais do que isso: tais canais têm sido ocupados, sobretudo, por um número significativo de jovens e é a partir desse grupo que se irradiam certas opiniões políticas e eleitorais.

A progressiva ampliação do acesso à educação e à internet tem promovido uma importante mudança em suas exigências e interesses políticos. No atual contexto, o eixo da formação de opinião se deslocou dos pais ou de velhas lideranças locais (representantes comunitários, padres e pastores) para os filhos.

A maior parte desses jovens tem níveis de escolaridade mais elevados do que os dos pais, estão conquistando uma melhor inserção profissional e seguem atentos para as mudanças tecnológicas, por isso eles são ouvidos com maior atenção dentro das suas famílias e comunidades, atuando como referências prioritárias para a formação de opinião, de forma mais incisiva do que as propagandas e a própria televisão.

Os pais dessa nova geração enxergavam o mundo pela ótica da carência que marca a periferia, observavam os políticos considerando aquilo que não havia sido feito e permaneciam mais suscetíveis a promessas de campanhas eleitorais. Já essa nova geração – ao circular por novos espaços como a universidade e as redes sociais – enxerga o mundo por uma ótica mais ampla, dispõe de um maior número de referências para operar comparações, avalia os políticos e os partidos considerando aquilo que deveria ter sido feito e nutre maior desconfiança com relação a promessas de campanhas eleitorais. Vale ainda notar que, se por um lado, eles

não desejam o estilo de vida da elite, por outro, eles desejam continuar ascendendo socialmente.

Essa disposição para a mudança, entretanto, passa por marcos ambivalentes: esses jovens acreditam na política, mas não crêem em partidos; reconhecem a importância da coletividade, mas almejam crescer individualmente; buscam transformações, mas são pouco afeitos a rupturas; anseiam por novas ideias, mas são também pragmáticos. Em suma, esse novo caldo cultural exigirá renovações tanto na forma como se realiza a política partidária quanto no conteúdo das políticas públicas que se implementam.

A mistura entre valores do liberalismo, do individualismo, da ascensão pelo trabalho e do sucesso pelo mérito, com valores mais solidários e coletivistas relacionadas à atuação do Estado, à universalização de direitos, à ampliação da inclusão social, permeiam a visão de mundo e o imaginário dessa nova classe trabalhadora.

A nova classe trabalhadora entendida como um novo sujeito político pode fazer toda a diferença nos embates sociais, políticos, ideológicos e eleitorais que serão travados de agora em diante.

(*) William Nozaki é Sociólogo e Economista, professor da Universidade Mackenzie e doutorando em desenvolvimento econômico (IE/Unicamp).

Compartilhe nas redes: