

A nova classe C: o fetiche da emergência

Roney Gusmão do CARMO¹
Sérgio Sousa MAGALHÃES²
Gardênia Tereza Jardim PEREIRA³

Resumo

A emergência da nova classe C tem sido insistentemente proferida pelos veículos de mídia, inspirando inclusive discursos políticos do governo. Contudo, para além da superfície fetichizada dos números, há que entender esse fenômeno a partir da totalidade dialética do sistema capitalista que tem aportado no cenário econômico brasileiro nesses últimos anos. Existem intencionalidades explicáveis apenas por estudos que transcendam a esfera nacional e vinculem o cotidiano das pessoas ao momento histórico em questão. Essa estratégia nega, portanto, qualquer olhar deslumbrado sobre a emergência da nova classe C, entendendo-a a partir do nexos capitalista carregado de ambivalências.

Palavras-chave: Classe C. Acumulação Flexível. Consumo. Capitalismo.

Abstract

The emergence of new class C has been repeatedly disclosed by media, including inspiring political speeches of government. However, in addition to fetishized surface of the numbers is necessary to understand this phenomenon from the dialectical totality of the capitalist system that has contributed the Brazilian economy in recent years. There are explicable only by intentions studies that transcend the national level and binding on the daily lives of people the historical moment. This strategy, however, denies any blown look at the emergence of new class C, understanding it from the capitalist nexus loaded with ambivalence.

Keywords: Class C. Flexible Accumulation. Consumption. Capitalism.

¹ Doutor em “Memória: linguagem e sociedade” pela Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia – UESB. Professor do Colegiado de Administração pela Faculdade de Tecnologia e Ciências – FTC. E-mail: guzmao@hotmail.com

² Doutorando em Ciências do Desporto pela Universidade Trás-os-Montes e Alto Douro – Portugal, Diretor acadêmico da Faculdade de Tecnologia e Ciências – FTC.

³ Mestre em Cultura e turismo pela Universidade Estadual de Santa Cruz – UESC. Coordenadora do Colegiado de Administração da Faculdade de Tecnologia e Ciências – FTC.

Introdução

Em meados da segunda década do século XXI tem prevalecido no Brasil uma eufórica constatação sobre a emergência da nova classe C. Os índices divulgados pelo governo ostentam o pujante crescimento econômico brasileiro, confundindo-o equivocadamente com desenvolvimento igualitário a toda população. Ambivalências pairam nesse discurso, cuja superficialidade de um olhar aligeirado deixa a sensação de que “finalmente chegamos lá”, de que orgulhosamente o Brasil adentrou um novo patamar econômico com vias a extinção da pobreza.

Embora o crescimento econômico brasileiro nutra o chavão otimista do “povo brasileiro”, sua superfície não é suficiente para explicar toda conflituosidade embutida na essência do fenômeno. A ascensão da nova classe C se mostra, à primeira vista, como resultado de um esforço coletivo, com vistas à melhoria da qualidade de vida geral, contudo, da forma como operado, este fenômeno frequentemente sintetiza o projeto burguês para a atual trajetória econômica nacional, não contemplando essencialmente os desejos daqueles que se veem “emergidos” em seu poder de compra, e em todo nexos discursivo inerente a esta frágil “projeção econômica”.

É interessante observar que o fenômeno ao qual nos reportamos não exige grandes esforços para ser notado, ele salta aos olhos: o aumento na frota de veículos nas ruas; a explosão no consumo de telefones celulares, *smartphones*, *iphones*, *tablets*, *ipods*; o aumento significativo de usuários do transporte aéreo; a popularização de serviços antes elitizados, como *personal training*, serviço nutricional, cirurgias plásticas; além do crescimento predial vertiginoso em muitas áreas do país. O aumento do poder de consumo da classe C atingiu diretamente diversas áreas profissionais nesses últimos anos, fato este que motivou desenvolvimento de pesquisa multidisciplinar durante o primeiro semestre de 2014, que culminou na produção do presente texto.

O caráter interdisciplinar da pesquisa permitiu analisar o fenômeno da emergência com distintos enfoques, sendo possível constatar a amplitude desse fenômeno, bem como as assimétricas formas pelas quais o crescimento econômico atinge a totalidade das relações sociais. A arquitetura do capital se materializou na prática social das pessoas, instituindo discursos, sugestionando condutas, afetando a

fantasia e o desejo, convertendo-se, portanto, em representação e subjetivação. Assim, entender a nova classe média, requer também compreender a materialidade por onde ela opera e, sobretudo, solicita adentrar seus objetos de desejos e os muitos *lôcus* por onde ela transita. Tratar das interfaces de um fenômeno concreto e, simultaneamente, subjetivo, implica em admitir os contornos teórico-metodológicos que tal pesquisa exige, necessitando recorrer a diversas áreas que reconheçam e adentrem a materialidade e a subjetividade inerente ao fenômeno ao qual nos referimos. A existência desses meandros talvez seja o grande fascínio desse tema e, ao mesmo tempo, seu maior desafio, pois, ao ultrapassarmos a aparência harmônica da nova classe C, adentrando toda sua conflituosidade mais perversa, temos a oportunidade de desconstruir conceitos e desmistificar a beleza confortável de um fenômeno tão comumente compreendido como uníssono.

Método

Foi ministrando aulas da disciplina “Meio ambiente e sociedade”, envolto pelo caráter transdisciplinar dos debates sobre os efeitos socioambientais da estrutura capitalista, que surgiu a necessidade de sublinhar as consequências do crescimento econômico brasileiro dentro do atual momento histórico. Foi na Faculdade de Tecnologia e Ciências – FTC, situada em Vitória da Conquista –BA, onde a pesquisa se desenvolveu, abarcando diversas áreas do conhecimento, uma vez que a referida disciplina faz parte do núcleo comum de matérias a todas as formações propostas.

Em etapa inicial, foi apresentada a proposta para diversos colegiados que abraçaram a ideia sob diferentes enfoques de análise:

- i. Psicologia: A coordenação deste colegiado propôs compreender os efeitos do consumo para a psique dos sujeitos, especialmente em se tratando da noção de satisfação pessoal supostamente adquirida pela compra. A estrutura subjetiva do fenômeno ao qual debruçamos foi aqui investigada, uma vez que todo o apelo midiático em torno da emersão da classe C trabalha diretamente a subjetividade das pessoas, recrutando-as para acompanharem a nova tendência geral da economia brasileira: o *status* social advindo da emergência. Os alunos de psicologia, então,

elaboraram instrumento de pesquisa, aplicaram junto a pessoas que pertençam ao que definimos por classe C e, posteriormente, tabularam dados com interpretações grupais sobre o tema proposto. O pouco espaço que aqui temos, bem como a centralidade do texto em torno do tema, impede discorrermos mais abrangentemente sobre cada discussão suscitada dentro dos muitos cursos que participaram da pesquisa, contudo nosso esforço é intercruzar as análises com conclusões que permitam ao leitor vislumbrar a totalidade do que se intencionou compreender.

- ii. Administração: Com supervisão do professor, os alunos do curso de administração se ocuparam em entender o perfil do consumidor pertencente à classe C. Para tal, equipes de duas turmas de 4º semestre desse curso se posicionaram em distintos espaços comerciais, abordando consumidores e investigando seus desejos de consumo e prioridades segundo o poder aquisitivo que possuem. Seguidamente, os dados foram tabulados de modo a traçar um perfil dos entrevistados e permitir a elaboração de conclusão parcial por parte dos alunos.
- iii. Sistemas de informação: Dado o enfoque tecnológico da proposta curricular deste curso, os alunos se centraram na percepção sobre o consumo de tecnologias pela classe C. A tentativa foi entender até que ponto existe equalização entre o recurso adquirido e as reais necessidades dos consumidores, e até que ponto há uma fetichização decorrente do *design* ou do fascínio exercido por algumas logomarcas impressas na mercadoria.

Foram aplicados oitenta questionários e vinte entrevistas a membros da classe C abordados no momento do consumo. Para tal, parte da aula foi em campo, quando alunos, sob supervisão do professor, foram deslocados ao *Shopping Conquista Sul* em Vitória da Conquista, em finais de semana no decorrer dos meses de março e abril.

Após coletadas informações junto aos sujeitos de pesquisa, os dados foram cruzados e interpretados. Gráficos foram construídos com objetivo de mensurar o percurso das respostas e os próprios alunos elaboraram relatórios sobre os resultados obtidos. Já as entrevistas serviram de apoio para elaboração de relatório de campo que, somado ao marco teórico que previamente debatemos acerca do tema, culminou nesse artigo. Dessa forma, o presente texto é resultado do intercruzamento entre o marco

teórico que envolve o tema e os resultados oriundos da etapa empírica que aqui abordamos.

Por fim, é útil esclarecer que os questionários e entrevistas foram aplicados exclusivamente a membros da classe C e, para identificá-los, recorremos ao padrão estipulado pela Associação Brasileira de Estudos Populacionais – ABEP. A referida instituição disponibiliza critérios⁴ para mensurar a classe social de cada sujeito, fato que permite uma tipificação padronizada para estudos sobre temas que recorram a tal conceito.

Crescimento para quem?

A Revista Veja, editada em 01 de Setembro de 2010, publicou reportagem especial intitulada “O Brasil em dez vocações” com ênfase ao seguinte slogan: “Cidade média – aonde o futuro já chegou”. A matéria de Júlia Medeiros abordava as cidades de porte mediano no Brasil que mais têm apresentado índices satisfatórios de crescimento econômico, tornando-se, então, promissoras para investimentos externos. Em listagem enfatizada na matéria, a cidade de Vitória da Conquista se situa em sétima posição em crescimento anual do PIB, o que totaliza 8,6% ao ano. Intitulando essa lista, que destaca Vitória da Conquista em negrito, a matéria indica: “O Comércio é a principal fonte de renda de 25% das cidades médias brasileiras, que se tornaram polos regionais com grandes redes varejistas e atacadistas” (p.126). No início da reportagem é posta em ênfase uma fotografia atrativa da cidade com um empreendedor local bem sucedido que trás o seguinte relato: “Nossa cidade é ainda mais lucrativa porque as pessoas que vêm aqui em busca de médico e hospital também aproveitam para fazer compras” (p.126). Mário Sérgio Caracas, lojista de 34 anos, se refere à rotatividade de consumidores advindos dos pequenos municípios da circunvizinhança, que contribuem consideravelmente para rotatividade do comércio local.

A realidade expansionista do capital nesses potenciais polos de consumo não é um fato apenas da cidade que abordamos, mas é uma tendência global de alastramento das redes comerciais pelo rastreamento predatório do consumo. Os números podem encantar

⁴ Informação disponível em: <http://www.abep.org/new/criterioBrasil.aspx> Acesso em 19 de abril de 2014.

numa primeira vista superficial, podem até servir de alavanca partidária, todavia a fetichização dos índices precisa ser superada para uma análise mais precisa. Quando se afirma que o crescimento econômico de Vitória da Conquista se tornou mais elevado que a média nacional⁵, cujos valores já são significativos, a sensação ufanista de termos finalmente “chegado lá” é inevitável e ofusca muitos dos efeitos nefastos desses paradigmas de acumulação do capital.

Para destoar com a sensação confortável advinda da “pujança econômica” local, basta confrontar os dados anteriores com esses que oportunamente trazemos: Em matéria publicada pela Revista Exame em 02 de Setembro de 2013, foram elencadas as cidades brasileiras com melhores e piores indicadores de qualidade de vida. Segundo o conteúdo da reportagem redigida por Patrick Cruz (2013), Vitória da Conquista tem se situado em posições caóticas dentro de vários critérios. Entre as cem maiores cidades pesquisadas, Vitória da Conquista se destaca nas piores colocações dentro dos critérios investigados: Saúde (98°), Segurança (97°) e Educação (98°). Por outro lado, essa precariedade tem sido omitida pelos índices de crescimento econômico da cidade, tão arduamente divulgados pela administração local. Os valores são absolutos e, por efeito, não retratam fidedignamente a realidade vivenciada pela totalidade da população. Por esse motivo, concordamos com DRUCK (2011, p. 40), quando afirma que “toda produção de estatísticas, de informações e dados, assim como o seu uso por estudiosos, é fruto de escolhas. E essas escolhas revelam uma postura científica e ideológica que influencia decisivamente as modalidades qualitativas e quantitativas de pesquisas”.

Desse modo, a divulgação do crescimento econômico conquistense contribui para fetichização das representações sociais de homens e mulheres, progressivamente cooptados à ideia de “estamos no caminho certo”, desconsiderando as assimetrias desse crescimento e as ambiguidades por eles agudizadas. Para além da superficialidade expansionista do capitalismo flexível⁶, a perversidade da concentração de renda deveria

⁵ Pesquisa realizada pelo IBOPE Inteligência, referente ao período de 2004 a 2010, com expectativas semelhantes para o ano de 2014. Dados disponíveis em <http://www.ibope.com.br/pt-br/ibope/quemsomos/unidadesnegocio/paginas/ibope-inteligencia.aspx>. Acesso: 22 de dezembro de 2013.

⁶ Em oposição à rigidez verificada no início do século XX, a flexibilidade representa a resposta do sistema para um período marcado pela instabilidade econômica nítida a partir dos anos 1970, mas que vem marcar fortemente o Brasil a partir dos anos 1990 (CASTRO, 1995).

inspirar reflexões acerca da forma como tal paradigma desenvolvimentista se mostra desigual e excludente.

Em pesquisa⁷ sobre o tema, partimos ao campo para entrevistar comerciantes e trabalhadores locais acerca do fenômeno econômico mencionado. O espaço que temos para redação deste texto não permite analisar minuciosamente os resultados obtidos nessa investigação, porém pretendemos debater de modo sucinto a forma como comerciantes locais visualizam o fenômeno expansionista do capital na cidade, bem como os efeitos desse processo para as relações sociais traçadas na cotidianidade desses indivíduos. Para tal, entre todos os sujeitos da pesquisa que desenvolvemos na tese, o presente texto se centra em alguns dos empregadores entrevistados, que acompanharam ativamente as mudanças no cenário econômico local nessas últimas décadas. Por hora, as discussões advindas dos trabalhadores não couberam no presente texto, que se debruça sobre os efeitos da acumulação flexível para o arranjo econômico local e para as representações comuns dos comerciantes locais envolvidos por esse fenômeno.

Dessa forma, o enfoque essencial dessa pesquisa foram as representações comuns dos entrevistados acerca do movimento econômico tão largamente divulgado, bem como a forma como esse fenômeno aportou a cotidianidade dos comerciantes locais, cujos discursos retratam os efeitos mais paradoxais do nexos capitalista.

Crescimento econômico: para além da superfície

A forma como a emergência da nova classe C tem sido abordada pelo marketing eleitoral insiste em sintetizar este fenômeno como resultado de estratégias políticas isoladas num dado contexto social. Tal abordagem é altamente reducionista, pois nega a dialética do fenômeno, que, na realidade, deve ser compreendida através de estratégias de estudo que transcendam a esfera local e nacional e considerem o conjunto de intencionalidades capitalistas historicamente desenvolvidas.

É importante evidenciar que o período de conversão do século XX para o século XXI foi marcado por um processo predatório de expansionismo do capital que impactou

⁷ Atualmente desenvolvemos tese de doutoramento, intitulada “Capitalismo flexível: entre o ‘velho’ e o ‘novo’, entre o ‘local’ e o ‘global’”.

drasticamente a organização dos mercados regionais por todo o Brasil. Harvey (1993) define esse processo como acumulação flexível, ou seja, momento em que a estrutura econômica global é flexibilizada, numa busca visceral por novos nichos do mercado consumidor, cujo objetivo se sintetiza num só: garantir a perpetuação e hegemonia do capital.

Apoiada por um Estado neoliberal, a configuração econômica se transnacionalizou, atingindo os mais remotos espaços do globo, seja na disseminação de fetiches de consumo, na organização de novas estratégias de exploração do trabalho e, também, na propagação de valores fugidios, cada vez mais estandardizados à pretensa ocidentalização do mundo.

A perpetuação do capital e aumento dos índices de crescimento econômico hoje são possíveis apenas por conta de uma nova arquitetura financeira planetária, que dispersou as unidades produtivas e desterritorializou a circulação de mercadorias. Através deste fenômeno, a disponibilidade de trabalho deixou de ser um problema para o capital que, graças aos avanços tecnológicos, pôde ir até o trabalhador, ou seja, tornou-se deslocável no rastreamento de espaços propensos à exploração. Agora, reduzir salários e impor relações de trabalho frágeis, com alta rotatividade de trabalhadores, tornou-se parte elementar da atuação empresarial.

Ora, se por um lado a redução salarial e supressão de direitos trabalhistas é condição para reduzir custos de produção, por outro, o sistema de acumulação se depara com um sério problema: a redução do poder de compra deste trabalhador que, inevitavelmente, também é consumidor. Tão logo, visando resolver esta lacuna, surge outro empreendimento muito relevante que, segundo Harvey (2011), se tornou indispensável para mediar a relação trabalho/consumo: a indústria de cartões de crédito que redundou no aumento do endividamento.

Nos EUA, em 1980 a dívida agregada familiar média era em torno de 40 mil dólares, mas agora é cerca de 130 mil dólares para cada família, incluindo hipotecas. As dívidas familiares dispararam, o que demandou apoio e promoção de instituições financeiras às dívidas de trabalhadores, cujos rendimentos não estavam aumentando. Isso começou com a população constantemente empregada, mas no fim da década de 1990 tinha de ir mais longe, pois havia se esgotado. O

mercado teve de ser estendido para aqueles com rendimentos mais baixos (HARVEY, 2011, p. 22).

Em outros termos, a redução salarial implicaria em diminuição do poder de compra do trabalhador, isso ocasionaria encolhimento do consumo. Porém, este contexto despertou o crédito fácil, que teve seus critérios afrouxados para facilitar a concessão de empréstimos. A meta era reinserir o trabalhador na engrenagem do consumo, mediante financiamento de dívidas, renegociação de valores, redução de exigências para recuperação do crédito.

Essa situação é bastante nítida no decorrer desse início de século XXI no Brasil, época em que a facilidade de financiamento tem empurrado a classe média para um endividamento sufocante. Seja para aquisição de veículos, de aparelhagem tecnológica ou de imóveis, insurge a ideia de crédito facilitado, sob juros exorbitantes, fato que fomenta o consumo a todo custo e denuncia o projeto burguês de sociedade, apoiado por um Estado totalmente equalizado à lógica da acumulação.

Nesse contexto paradoxal de reprodução do sistema, em que forças contrárias, ora parecem se opor, ora parecem convergir dentro de uma concordância homogeneizadora, a sustentação do capital demonstra ser a única meta que legitima a ação dos sujeitos. O processo de globalização serviu para garantir, não apenas o alargamento das corporações estrangeiras, mas para a padronização do consumo como princípio da prática social. Nessa ideologia da acumulação, a mercadoria não é meio, mas meta, finalidade essencial de homens e mulheres deslumbrados pelo poder fetichista exercido pela aquisição.

Naturalmente, o que está em questão a esse respeito não é um processo designado à crescente satisfação da necessidade humana. Antes, é a expansão do capital como um fim em si mesmo, servido à preservação de um sistema que não poderia sobreviver sem afirmar constantemente seu poder como um modo ampliado de reprodução. (MÉSZÁROS, 2007, p. 58).

Tão logo, a partir desses argumentos, fica fragilizada a ideia de que o aumento no poder de consumo da classe C seja resultado exclusivo de exímios esforços da estrutura política vigente no microcosmotemporo-espacial brasileiro. Existem

intencionalidades interplanetárias que aportam no cenário nacional e municipal (levando em conta o lócus ao qual nos debruçamos), carregado de ideologias cuja lógica se assenta na concentração do capital, como prerrogativa ao consumismo extremado. As medidas do governo apenas sancionam as objetividades capitalistas, tornando-o permissivo com a arbitrariedade de classes hegemônicas que reforçam seu projeto de veneração ao consumo.

Consumo: a sublimação do desejo no tempo livre

Sublimação talvez seja o termo mais apropriado para emitir a ideia que possuímos acerca do tema abordado. Havendo expropriado do fruto de sua criatividade no trabalho, o homem moderno precisa subsumir-se à exploração para tornar-se relevante na engrenagem do capital. Torna-se necessário render-se à exploração para ser “alguém na vida”, ou seja, para existir socialmente. “Ser alguém na vida” foi expressão relatada por um dos entrevistados que entendia a necessidade de subjugação no trabalho como ocasião para suprimento pessoal e ascensão social. Assim, para o entrevistado, um final de semana no *shopping*, por exemplo, seria a oportunidade de extravasar e honrar o salário tão arduamente extraído no decorrer da semana: “Comprar? Eu mereço, afinal trabalho é para isso mesmo, você não acha?” (palavras de um entrevistado).

Descolado de sua propriedade humanizadora (Marx, 1996), o trabalho, na perspectiva capitalista, provoca uma cisão entre o sujeito em sua espontaneidade social e o sujeito trabalhador, vendido à cadeia produtiva. É fora deste espaço de trabalho alienado, trincado por forças contraditórias, que o homem assume outra vertente de si mesmo, à qual Lukács apelida *Myhouseismycastle*: “O ‘pobre homem’, humilhado e ao mesmo tempo ambicioso em sua atividade profissional, desafoga em sua casa todos os seus instintos de domínio reprimidos e pervertidos”. (LUKÁCS, 1992, p. 126).

Tão logo, o consumo parece costurar as fissuras deixadas pelas assimetrias de um sistema altamente heterogêneo e cruel. No campo do trabalho, explorado e sugado em suas forças, o sujeito se frustra, mas assim insiste porque, nessa concepção, é na aquisição das coisas que o *status* viabiliza a sua existência social. No contexto de acumulação flexível, a vida social se sintetiza pela necessidade de reprodução do

capital, afetando os valores, a fantasia, os anseios, a linguagem, as perspectivas das pessoas.

Num contexto de rotatividade intensa de mercadorias, tem-se apelado de modo coercitivo para que o trabalhador adentre o consumismo incondicional, sujeito à efemeridade das mercadorias que se multiplicam aos olhos dos “cidadãos-consumidores”. A lógica é obsolescer rapidamente as mercadorias pelo poder de deslumbre que as mesmas exercem sobre os sujeitos para que, desse modo, se cumpra o empenho visceral do sistema: despertar o fetiche pela sobreposição da essência pela aparência, de modo que o ápice de toda existência pessoal se resuma na aquisição de coisas. Nesse viés ideológico, a ideia é comprar, é fazer parte de um sistema transitório de aquisição e descarte, ainda que tal ciclo redunde no endividamento e escravidão dos trabalhadores ao parcelamento eterno. O fetichismo da mercadoria oculta as relações de trabalho sufocantes contidas na coisa, cuja essência se esconde sob um invólucro de desejos, fantasias, anestésias e fascínio socialmente coagidos pelos aparelhos a serviço do capital. Nas palavras de Navarro & Padilha (2007, p. 16): “a ‘coisa’ sufoca o ‘humano’”.

No rol de questionários e entrevistas realizadas, ficou clara a constatação de que 70% dos entrevistados se consideram consumistas e não têm hábito de poupar o salário. O gasto, segundo eles, é mais inspirado no *status* e no estímulo exercido pelo grupo social do que pela funcionalidade do bem adquirido. Assim, não foi difícil encontrar membros da classe C deslumbrados com o poder de compra num final de semana no *shopping*, até mesmo porque grande parte dos consumidores ali presentes é impelida por aparatos de mídia que adentram seu espaço de vida quase que involuntariamente.

Conclusão

Embora insistamos no frágil poder de compra como realidade inequívoca incapaz de responder totalmente as demandas mais subjetivas e íntimas dos seres humanos, não há como ignorar o fato de que as transformações no cenário econômico que aqui mencionamos tem um poder altamente penetrante nas representações comumente proferidas pelas pessoas. Abordado no estacionamento do *shopping*, um dos

entrevistados, apontando o veículo seminovo estacionado, afirmou: “É uma grande melhoria isso que estamos vivendo hoje [...] Olhe esse carro aqui [...] Meus pais, nem meus avós puderam comprar um desse [...] mas eu posso. Ajudo minha mãe nas compras, levo minha noiva na faculdade...”.

Não há como negar o fato de que a aquisição do entrevistado seja elemento altamente significativo dentro do seu espaço de vivência. O veículo financiado materializa uma sensação de “evolução” provocada pela atual estrutura do capital que, para ele, traduz as necessidades do coletivo de trabalhadores. Em momento algum, os entrevistados relativizavam o fascínio gerado pelo consumo que, numa primeira vista, mostra-se como realização plena dos desejos mais íntimos dos homens. Aqui felicidade e materialidade se confundem, tornando impossível não comparar o passado de dificuldades de pais e avós com a sensação de conforto advindo do poder de compra hoje disponível.

Assim, o poder de sedução ocasionada pelo capitalismo transnacional captura a subjetividade das pessoas (ALVES, 2011), tanto porque insinua à alma, como porque parece abastecer a fantasia, o desejo e a necessidade de aceitação moral. É seduzida pelas “sereias da sociedade de consumo” (CASTEL, 1998, p. 459) que a nova classe C se rende a uma entrega visceral à volúpia do capital, tanto consentindo com a exploração, como acatando com o padrão bem-sucedido do “homem moderno”.

Desse modo, cabe salientar que a forma pela qual os sujeitos interpretam os fenômenos perpassa por experiências de vida que, na nossa opinião, desenrolam sobre bases concretas de existência. Destarte, entender discursos que se repetem sobre o fenômeno que estudamos requer compreender também a realidade material da existência social. Concordamos sim com a ideia de que a emergência da nova classe C obedece intencionalidades globais explicáveis apenas pela história por onde se desenrola o sistema capitalista. Entendemos também que o consumo não responde suficientemente as complexas necessidades pessoais, sociais, psíquicas dos sujeitos, entretanto o deslumbre provocado pela aquisição de coisas tem uma razão de ser: é reflexo de um largo trabalho ideológico e também colide com o passado dos sujeitos, instituindo valores e representações tão peculiares quanto as trajetórias pessoais de vida de cada pessoa inserida na sua realidade material de existência. Assim, o espaço, a

cultura, a memória ou as representações, são edições cujas intencionalidades podem ser interpretadas apenas pela compreensão dos sujeitos históricos que protagonizam a existência social.

Referências

ALVES, G. **Trabalho e subjetividade**: o espírito do toyotismo na era do capitalismo manipulatório. São Paulo: Boitempo, 2011.

CASTEL, R. **As metamorfoses da questão social**: uma crônica do salário. Trad. Iraci Poleti. Petrópolis: Vozes, 1998.

CASTRO, N. A. Modernização e trabalho no complexo automotivo brasileiro: reestruturação industrial ou japonização de ocasião? In: _____ (org.). **A máquina e o equilibrista**: inovações na indústria automobilística brasileira. São Paulo: Paz e Terra, 1995.

CRUZ, P. A dura realidade das nossas cidades. **Revista Exame**. São Paulo, 02 set. 2013. p. 42. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/revista-exame/edicoes/1048/noticias/a-dura-realidade-das-nossas-cidades?page=1> . Acesso em: 24 de setembro de 2013.

DRUCK, G. Trabalho, precarização e resistências: novos e velhos desafios? **Caderno CRH**, Salvador, vol. 24, num. 01, 2011. p. 70-89. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ccrh/v24nspe1/a04v24nspe1.pdf> Acesso em: 27 de setembro de 2013.

HARVEY, D. **Condição pós-moderna**. Trad. Adail Sobral. São Paulo: Loyola, 1993.

_____. **O enigma do capital**. Trad. João Alexandre Peschanski. São Paulo: Boitempo, 2011.

LUCÁKS, G. Sociologia. In: NETTO, J. P. **Sociologia: Lukács**. São Paulo: Ática, 1992.

MARX, K. **O capital**. São Paulo: Nova Cultural, 1996.

MEDEIROS, J. O Brasil em 10 vocações: cidades médias – aonde o futuro já chegou. **Revista Veja**, 01 de Setembro de 2010, p. 98.

MÉSZÁROS, I. **A teoria da alienação em Marx**. Trad. Isa Tavares. São Paulo: Boitempo, 2007.

NAVARRO, V. L. & PADILHA, V. Dilemas do trabalho no capitalismo contemporâneo. **Psicologia & Sociedade**, Ribeirão Preto, Vol. 19. Edição especial 1, jan./2007. p. 39-50. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-71822007000400004&script=sci_arttext. Acesso em 02 de junho de 2013.