

## CONSIDERAÇÕES SOBRE AS PRÁTICAS DE CONSUMO DAS CLASSES POPULARES A PARTIR DE UMA SOCIOLOGIA DISPOSICIONALISTA

### REMARKS ON CONSUMPTION PRACTICES IN POPULAR CLASSES UNDER A DISPOSICIONALIST SOCIOLOGICAL APPROACH

---

Ana Rodrigues Cavalcanti Alves\*

#### Resumo

Este trabalho visa analisar as práticas de consumo das frações ascensionais das classes populares brasileiras, investigando as condições que possibilitam a alguns membros incorporar novas disposições para o consumo, enquanto outros permanecem com um estilo de vida marcadamente ascético, orientados pelo *ethos* do trabalho duro. Ancorado numa tradição sociológica que confere grande importância à pesquisa empírica na construção e aperfeiçoamento de conceitos teóricos – a sociologia disposicionalista – e movido por um interesse em aprofundar as análises de caráter quantitativo que apontam uma mudança nos padrões de consumo das classes populares brasileiras, no período recente, este trabalho procedeu a uma pesquisa qualitativa com membros das frações ascensionais das classes populares residentes na periferia do Recife. A análise permite apreender as condições que favorecem a incorporação de novas disposições para o consumo nos meios populares, bem como os ajustes e tensões entre disposições e valores constitutivos de seu *ethos* de classe, num contexto de mobilidade ascendente.

**Palavras-chave:** Classes Populares. Práticas de consumo. Estilo de vida. Sociologia disposicionalista.

#### Abstract

This paper aims to analyze the consumption practices of the ascending fractions of the Brazilian popular classes, investigating the conditions that enable some members to incorporate new dispositions for consumption, while others remain with a markedly ascetic lifestyle, guided by the *ethos* of hard work. Anchored in a sociological tradition that attaches great importance to empirical research in the construction and improvement of theoretical concepts - a dispositional sociology - and motivated by an interest in deepening the analyzes of quantitative character that demonstrate change in consumption patterns of Brazilian popular classes in the recent period, this paper proceeded to a qualitative research with members of the ascending fractions of the popular classes residing in the periphery of Recife. The analysis made it possible to obtain the conditions that favor the incorporation of new forms of consumption in the popular classes, as well as the tensions and adjustments between dispositions and values constitutives of their class *ethos*, in a context of upward mobility.

**Keywords:** Popular classes. Consumer practices. Lifestyle. Dispositional Sociology.

#### Introdução

O ciclo de expansão econômica iniciado com o governo Lula (2002-2009) foi acompanhado por um conjunto de políticas sociais que possibilitaram uma pequena redução da desigualdade de renda e maior inserção das classes populares na cultura de consumo na virada para o século XXI. Dentre os fatores que favoreceram essas mudanças, vale destacar a política de valorização do salário mínimo, a partir de 2005, o crescimento do número de empregos formais, as políticas de transferência de renda, a maior oferta de crédito aos consumidores de baixa renda

---

\* Doutora em Sociologia pelo Programa de Pós-graduação em Sociologia (PPGS) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Atualmente é professora adjunta do Departamento de Sociologia da Universidade Federal da Bahia (UFBA) e pós-doutoranda pelo PPGS da UFPE. E-mail: anarodrigues86@gmail.com

e o barateamento no preço dos produtos (POCHMANN, 2014; TORRES; BICHIR; CARPIM, 2006). Nesse contexto, economistas, políticos e a própria mídia celebraram a emergência de uma “nova classe média” no Brasil, considerando o rendimento médio da população e o aumento do poder de compra na base da pirâmide social<sup>1</sup> – interpretação que se estabeleceu com dominância explicativa, num primeiro momento, para pensar as transformações na estrutura de classes no país.

Na contramão dessa perspectiva, alguns autores assumiram uma posição crítica, destacando a inconsistência teórica e empírica de tal interpretação<sup>2</sup> e os riscos envolvidos numa narrativa triunfalista, no que se refere ao encobrimento das desigualdades sociais e à precarização do trabalho (POCHMANN, 2014; SINGER, 2012; SOUZA, 2012). Para Márcio Pochmann (2014), a tese da “nova classe média” só conseguiu se difundir porque a sociedade brasileira habituou-se a associar as classes trabalhadoras ao nível de subconsumo – e a pobreza como restrição ao consumo –, decorrente de uma industrialização tardia que não foi acompanhada por reformas básicas na estrutura social (reforma agrária, reforma urbana, tributária, educacional), características do Estado de bem-estar social, como ocorreu nos países capitalistas avançados, de modo que, aqui, o consumo de bens duráveis e serviços ficou restrito às classes média e alta até meados dos anos 1990. Portanto, o autor destaca que esse fenômeno corresponde a uma incorporação tardia de parcela importante dos trabalhadores ao padrão de consumo fordista.

Além disso, a redução do grau de desigualdade no padrão de consumo de bens e serviços no Brasil – mas também numa escala mundial –, é entendida como resultante da emergência de um novo paradigma de produção, de baixo custo, impulsionado pelo desenvolvimento das grandes corporações transnacionais e pela formação das cadeias globais de produção. O desenvolvimento tecnológico na rede de comunicação e de transporte possibilitou a constituição do novo paradigma, a partir da transferência da produção de mercadorias para novos polos, localizados sobretudo nos países asiáticos, que contavam com mão de obra barata, favorecendo o barateamento do preço dos produtos e maior acesso ao consumo de bens e serviços na base da pirâmide social – observado no Brasil mesmo em períodos de deterioração da renda, como ocorreu na segunda metade dos anos 1990 (POCHMANN, 2014; TORRES; BICHIR; CARPIM, 2006).

Contudo, em seu esforço de interpretação das mudanças recentes na estrutura da sociedade brasileira, Pochmann (2014) enfatiza as condições objetivas acima referidas, consideradas pelo autor como sendo mais decisivas do que os atributos individuais dos agentes que emergem no recente processo de mobilidade social. Sua análise não integra uma tentativa de apreender quem são esses agentes e como eles vivenciam essas mudanças em sua vida cotidiana, o que leva Jessé Souza (2013, p. 56) a afirmar que sua interpretação permanece dentro da mesma

---

1 Cf. Neri (2010).

2 Para ilustrar as limitações dessa interpretação, basta pensar que dois em cada três trabalhadores domésticos são considerados como pertencentes à “nova classe média”, um em cada dois chefes de família sem escolaridade ou com ensino fundamental incompleto ou, ainda, metade das famílias que mora em favelas no país – com base no rendimento médio da população (Pochmann, 2014).

chave economicista observada entre aqueles que afirmam o surgimento de uma “nova classe média” no país.

Souza (2012, p. 22) busca combater o viés economicista inerente a essas análises, ancorado, sobretudo, na teoria das classes sociais de Pierre Bourdieu. Segundo ele, a interpretação da “nova classe média” reduz a noção de classe social à renda dos indivíduos, negligenciando a gênese sociocultural das classes sociais, ou seja, o fato de que os indivíduos são produzidos por uma “cultura de classe específica”. Desse modo, tal interpretação esconderia contradições e ambivalências importantes da vida dessas pessoas, sem considerar que a reprodução das classes sociais e de seus privilégios no tempo se dá pela transferência de valores imateriais. Sobretudo no caso da classe média, que só pode se reproduzir pela transmissão cotidiana, afetiva e invisível das pré-condições que permitem aos seus filhos a aquisição e reprodução de capital cultural<sup>3</sup>.

Partindo de uma concepção bourdieusiana de “classe construída”, segundo a qual a própria definição da classe deve aparecer como resultado e não como ponto de partida da pesquisa, Souza (2012) empreende uma análise das condições que permitem a uma fração das classes populares brasileiras aproveitar as oportunidades advindas com o ciclo de expansão econômica dos anos Lula. O autor estabelece uma distinção analítica entre duas frações encontradas no interior das classes populares: 1) a “ralé” estrutural, cuja denominação provocativa visa destacar, segundo o autor, o abandono social e político a que essa classe é relegada, desprovida não somente de capital econômico e cultural, mas também das pré-condições sociais, culturais e emocionais que permitiriam sua incorporação; e 2) os batalhadores, percebidos como uma “elite da ralé”, capaz de ascensão social, que conseguem se inserir no sistema econômico como produtores ou consumidores de bens anteriormente considerados como privilégio das classes média e alta, embora também não detenham os dois tipos de capitais impessoais que asseguram todo tipo de acesso privilegiado aos bens e recursos de uma sociedade (SOUZA, 2012, p. 47).

É a transmissão de uma moralidade do trabalho duro, através de um aprendizado prático durante a socialização familiar, que permite a esses indivíduos integrar-se ao mercado competitivo, formando a “nova classe trabalhadora”. Nas palavras de Souza (2012, p. 144), “onde a classe não tem nenhuma possibilidade de interferência ativa em suas próprias condições objetivas, eles contam com um conhecimento prático capitalizável no mercado, ou seja, um conhecimento útil e rentável para o mercado: a ética do trabalho duro”. Destituídos do capital cultural que habilita os membros da classe média a alcançar as posições mais valorizadas no mercado, os batalhadores contam com o capital familiar, aproveitando as oportunidades abertas pelo mercado, no contexto de penetração do capitalismo flexível no Brasil. É a posse desse capital que permite aos batalhadores incorporarem disposições ascéticas para o trabalho duro, distanciando-se da “ralé” estrutural, mais comumente marcada por uma estrutura monoparental e por diversas situações de vulnerabilidade (SOUZA, 2012, p. 51).

---

<sup>3</sup> Segundo o autor, embora essa transferência seja invisível, ela já envolve uma vantagem extraordinária na competição social, seja na escola ou no mercado de trabalho, com relação aos membros das classes populares.

Contudo, embora o trabalho de Jessé Souza (2012) seja importante para a compreensão da reestruturação das classes sociais no Brasil contemporâneo, o autor confere pouca atenção às práticas de consumo dos membros das classes populares em processo de mobilidade ascendente. Em sua análise, parece prevalecer a aplicação de disposições ascéticas, incorporadas desde a mais tenra idade, no seio da socialização familiar, ao campo dos estilos de vida, tais como a disposição para o sacrifício individual, capacidade de poupança e restrição ao consumo imediato, consideradas fundamentais para a sobrevivência dos batalhadores em um mercado fortemente competitivo. Apesar de apontar a aquisição de bens de consumo “superiores” como uma das disposições para a autossuperação encontradas entre os batalhadores – que visam à superação de uma condição de vida anterior e buscam expressar um padrão de dignidade principalmente a partir do consumo de bens (SOUZA, 2012, p. 97) –, o autor não desenvolve uma análise acerca das condições que possibilitam a incorporação de novas disposições para o consumo pelos membros dessa fração de classe, nem explora os sentidos que eles atribuem às suas práticas de consumo.

Tais questões são consideradas fundamentais para uma análise mais abrangente da nova configuração social das classes e suas relações, sobretudo considerando que o consumo está no centro do projeto político de desenvolvimento e modernização da sociedade brasileira e constitui o espaço onde são travadas lutas pela identidade, de poder e escolhas entre o público e o privado (SLATER, 2002). Além disso, é principalmente através de suas práticas de consumo que as classes populares sentem as transformações estruturais em sua vida cotidiana e um maior distanciamento com relação ao mundo das urgências e necessidades materiais – característico de sua condição social anterior. Nesse sentido, o presente trabalho buscou analisar as mudanças nas práticas de consumo e no estilo de vida das frações ascensionais das classes populares, destacando as diferentes orientações para o consumo encontradas no interior dessa fração de classe e os sentidos atribuídos pelos seus membros ao consumo de bens e serviços.

### **Entrando em campo com a sociologia disposicionalista**

Ancorado numa tradição sociológica que confere grande importância à pesquisa empírica na construção e aperfeiçoamento de conceitos teóricos e movido por um interesse em aprofundar as análises de caráter quantitativo que apontam uma mudança nos padrões de consumo das classes populares brasileiras, no período recente (CAMPELLO, 2017; IBGE, 2010; POCHMANN, 2014; TORRES; BICHIR; CARPIM, 2006), este trabalho procedeu a uma pesquisa qualitativa com membros das frações ascensionais das classes populares residentes em bairros periféricos da Região Metropolitana do Recife. Entre abril de 2015 e janeiro de 2016, foram realizadas entrevistas em profundidade com 18 indivíduos oriundos dessa fração de classe, além de 11 entrevistas com membros de outras classes e frações de classe, situadas imediatamente acima e abaixo da referida fração, que permitem analisar algumas diferenças

observadas entre elas, em termos de origem social, trajetória, disposições, valores e práticas sociais características de seus respectivos estilos de vida – embora uma análise comparativa mais aprofundada entre diferentes classes e frações de classe tenha fugido ao escopo deste trabalho.

Partindo da noção de “classe construída” de Pierre Bourdieu (2013, p. 101), a pesquisa de campo não procedeu a uma seleção dos informantes a partir de critérios previamente estabelecidos, tais como faixa de renda, nível de escolaridade, faixa etária, condições de moradia ou cesta de consumo. Ao invés disso, a triagem inicial buscava membros das classes populares em processo de mobilidade ascendente (social, profissional e escolar) nos últimos anos – de modo que os referidos critérios emergissem como ponto de chegada, e não como ponto de partida, da análise de classe<sup>4</sup>. As noções de origem social – definidas pela profissão e nível de escolaridade dos pais (BOURDIEU, 2013) – e trajetória social se mostraram fundamentais na delimitação dos membros dessa fração de classe e sua diferenciação com relação aos membros da classe média<sup>5</sup>. Vale destacar que a noção de trajetória empregada neste trabalho não se reduz à associação estatística entre posição de origem e posição de destino, encontrada nos estudos sobre mobilidade social, abrangendo também uma análise qualitativa acerca da importância dos processos de socialização secundária, tais como a escola, grupos de amigos, a religião e os meios de comunicação de massa, que se mostraram fundamentais para a incorporação de novas disposições, consideradas centrais para o seu processo de mobilidade ascendente, bem como para a adesão a novas práticas de consumo, que visam exprimir a posição social alcançada, conduzindo a mudanças significativas na ordem do seu estilo de vida.

Ademais, dos 18 entrevistados da fração ascendente das classes populares, 17 apresentaram uma mobilidade profissional nos últimos anos, integrando-se a postos de trabalho do setor de serviços, em expansão, como é o caso do trabalhador de telemarketing, do ramo da construção civil ou ainda daqueles trabalhadores que se inseriram no setor informal, tornando-se microempreendedores. Desse modo, a posição ocupada no mercado se mostrou uma categoria fundamental na delimitação da fração analisada. As entrevistas foram realizadas na residência dos entrevistados, com o intuito de observar as condições do bairro, o tipo de habitação, a disposição dos móveis e decoração da casa, assim como quaisquer indícios de estilização – entendida como a manipulação dos atributos simbólicos dos produtos em função de uma intenção expressiva (ROCHA, 2002) – que pudessem compor seu estilo de vida.

Embora houvesse, inicialmente, a intenção de realizar mais de um encontro com cada entrevistado, à maneira da construção dos retratos sociológicos proposta por Lahire (2004),

---

4 Como já era esperado, este método de seleção dos entrevistados exigiu mais tempo, na medida em que nem todos os informantes selecionados eram oriundos das classes populares, conforme os critérios apresentados a seguir.

5 Souza (2012) já havia destacado em seu estudo sobre os batalhadores que os membros dessa fração de classe se distanciam da classe média a partir de sua origem social, a qual parece impor necessidades e urgências refletidas em suas escolhas posteriores, através das disposições duravelmente instaladas durante a socialização familiar, e que parecem determinar, em certa medida, o alcance provável de suas posições de chegada.

em que os informantes são observados e analisados em diferentes contextos da prática, essa abordagem se mostrou inviável de ser estendida a todos os entrevistados, diante da pouca disponibilidade de tempo da maioria deles, que chegavam a trabalhar 16 horas por dia ou que conciliavam dois turnos de trabalho com uma faculdade à noite. Isso não impediu, contudo, a apreensão e análise de disposições e práticas heterogêneas e até mesmo contraditórias – a partir da construção das questões de pesquisa –, manifestadas por esses indivíduos em diferentes contextos, permitindo perceber a existência de variações interindividuais no interior dessa fração de classe e também variações intraindividuais, manifestas em diferentes domínios, sobretudo no que se refere à orientação das práticas de consumo no campo dos estilos de vida.

O trabalho de campo foi norteado por uma tentativa de reconstrução do conjunto das disposições e valores dos membros das classes populares, com o intuito de apreender a estrutura de seu *ethos*<sup>6</sup>, buscando analisar de que maneira esse conjunto de princípios práticos, valorativamente orientado, influencia as práticas de consumo dos membros das frações ascensionais das classes populares, conformando seu estilo de vida. É válido destacar que este trabalho não teve a pretensão de reconstruir a totalidade das disposições constitutivas do complexo disposicional dos indivíduos, mas fazer um recorte entre aquelas disposições percebidas como decisivas para a sua trajetória ascendente, buscando apreender como tais disposições são traduzidas para o campo dos estilos de vida. Porém, essa delimitação constitui um procedimento teórico que não ignora o fato de que tais disposições se relacionam com todas as outras na prática, compondo o complexo disposicional do indivíduo (LAHIRE, 2002; SOUZA, 2012).

Antes de proceder a essa análise, faz-se necessário discutir brevemente os pressupostos teóricos e metodológicos que fundamentaram esta investigação, que se ancora, sobretudo, na sociologia disposicionalista desenvolvida por Pierre Bourdieu, Bernard Lahire e Jessé Souza, além de algumas contribuições da sociologia do consumo, que destacam a dimensão simbólica e normativa das práticas de consumo.

A teoria das classes sociais de Pierre Bourdieu (2013) fornece um enfoque teórico-metodológico multidimensional que permite analisar as diversas práticas e representações constitutivas do estilo de vida na sua relação com as condições objetivas de existência. Partindo de uma perspectiva relacional da classe social – em que esta última é definida pela sua posição relativa às demais classes, situadas imediatamente acima e abaixo –, o autor constrói seu conceito a partir da posição ocupada no espaço social, considerando o volume e estrutura do capital, além da trajetória social, definida pela relação entre a posição de origem e posição de chegada, num determinado momento do tempo. Contudo, seu enfoque teórico tem sido criticado por

---

6 Segundo Bourdieu (2003, p. 130), os princípios práticos de classificação constitutivos do *habitus* são indissociavelmente lógicos e axiológicos, teóricos e práticos, englobando tanto uma dimensão cognitiva (*eidos*) quanto uma dimensão valorativa (*ethos*) e corporal (*hexis*), de modo que os princípios de escolha são incorporados sob a forma de disposições do corpo e os valores se tornam gestos, maneiras de se portar, de andar e de falar. O autor adota gradativamente a noção de *habitus* como sistema de esquemas que engloba essas três dimensões, buscando evitar o risco de reforçar uma visão realista que entende essas dimensões como instâncias separadas.

ênfase em uma excessiva unicidade e sistematicidade das disposições constitutivas do *habitus*, negligenciando variações importantes das condutas individuais (PETERS, 2013).

O autor também será criticado por reduzir a dimensão simbólica das práticas das classes populares à mera transfiguração de uma relação subordinada, caracterizada apenas pela falta e pela negatividade. Bernard Lahire (2006) ressalta o caráter “caricatural” da análise de Bourdieu sobre as práticas culturais características das diferentes classes sociais e, particularmente, das classes populares, tratadas como um bloco homogêneo em *A distinção*, destinadas a servir de contraste e referência negativa, contra a qual se constituem todas as outras classes. A sociologia disposicional à escala dos indivíduos proposta pelo autor permite analisar o conjunto da modelagem social pela qual o indivíduo passou, desde a família na qual experienciou sua classe, passando pela escola, pelo trabalho, meio cultural, entre outros, de modo a apreender as complexidades disposicionais de indivíduos socialmente situados (LAHIRE, 2013, p. 23).

Lahire (2002) adota a noção de complexo disposicional visando se distanciar da ênfase de Bourdieu no caráter homogêneo do *habitus*, de modo a destacar as variações interindividuais que podem ser encontradas no interior de um mesmo grupo ou classe social e até mesmo intraindividuais, quando os indivíduos se orientam por disposições heterogêneas e contraditórias nos diferentes domínios da prática. Sua ênfase na importância dos processos de socialização secundária e dos diversos contextos sociais para a ativação de disposições heterogêneas e contraditórias pelos indivíduos permite desenvolver uma análise mais matizada sobre as condições que possibilitam a incorporação de novas disposições em contextos de mudança. Desse modo, seu enfoque teórico mostrou-se profícuo na abordagem das práticas de consumo das frações das classes populares brasileiras em processo de mobilidade ascendente, caracterizadas por uma heterogeneidade e dinamicidade constitutivas, próprias de uma posição dominada no espaço social, que busca, de diversas maneiras, melhorar sua condição.

Ademais, é importante considerar algumas contribuições do campo da sociologia do consumo, que permitem reconstruir as condições que favorecem a mudança nas disposições dos indivíduos e grupos com relação ao consumo de bens. Nessa perspectiva, destacam-se os trabalhos de Colin Campbell (1998, 2001) e Don Slater (2002) que concebem o consumo como um espaço fundamental para a constituição de identidades nas sociedades contemporâneas, destacando a dimensão simbólica das práticas de consumo, para além do seu papel hierarquizador. Desse modo, é possível recuperar a dimensão expressiva do estilo de vida popular – pouco explorada na análise de Bourdieu.

Tais autores ressaltam também a dimensão normativa das práticas de consumo. Segundo Campbell (1998), é necessário lançar luz sobre os processos que levam os consumidores a adquirirem bens, pois para explicar um ato de consumo não é suficiente o consumidor querer um bem ou ter recursos para comprá-lo. Ele precisa sentir que a compra é um ato legítimo de ser realizado. O autor destaca a existência de duas retóricas do consumo, que são utilizadas pelos

consumidores para legitimar seus atos de compra: a retórica do precisar e a retórica do querer<sup>7</sup>. Enquanto a primeira se ancora no Puritanismo e na tradição utilitária, que aprova a conduta baseada na necessidade, a segunda é largamente inspirada no Romantismo e na celebração do desejo e do querer.

A distinção entre satisfação e prazer marcaria o contraste entre ambas. Embora as duas retóricas do consumo sejam institucionalizadas nas sociedades contemporâneas, elas não possuem o mesmo grau de aprovação social, posto que a retórica da necessidade tem maior legitimação. Se o puritanismo foi o principal responsável por esse viés moral que marca a cultura moderna, o debate acadêmico contribuiu para reforçar a diferença no grau de legitimidade, sustentando uma avaliação moral em favor do discurso de necessidade<sup>8</sup>.

Campbell (1998) observa um viés moral semelhante no uso cotidiano desses discursos, que atuam não somente como guias, orientando as práticas de consumo dos indivíduos, mas também fornecem as justificativas necessárias à legitimação do consumo de bens e serviços. Na medida em que as gratificações do querer não possuem o mesmo nível de legitimação que aquelas baseadas na necessidade, as retóricas do consumo aparecem, com maior frequência, nas situações de compra orientadas pelo desejo e pela busca de prazer. Nessas situações, o consumidor torna-se consciente do problema da justificação, recorrendo a duas estratégias para legitimar suas práticas de consumo. Ele pode inventar ou descobrir uma racionalização para legitimar uma compra baseada no desejo como sendo uma necessidade ou pode redefinir a situação de modo que a gratificação do querer seja permitida. Nesse segundo caso, é o contexto da compra que confere legitimidade à gratificação direta de desejos – aniversário do consumidor, férias, grau de indulgência obtido através de algum sucesso pessoal ou grande esforço no trabalho, ou ainda através de uma economia feita por um longo período de tempo e do sacrifício de outros bens de consumo (CAMPBELL, 1998).

Tal perspectiva ajuda a analisar a adesão das classes populares brasileiras a novas práticas de consumo, num contexto de mobilidade ascendente, pois essas práticas precisam ser legitimadas perante os valores de seu *ethos* de classe e ser coerente com a sua trajetória, muitas vezes, marcada por situações de privação material extrema. Nesse sentido, Jessé Souza (2012) também constitui um importante interlocutor nesta discussão, uma vez que sua análise dos batalhadores permite reconstruir os principais valores e disposições que compõem o *ethos* do trabalho duro, considerado como a dimensão mais importante de seu *habitus* de classe. Diferentemente dos membros da classe média, cujo estilo de vida se caracteriza por um forte

---

<sup>7</sup> Campbell (1998, p. 237) destaca que os indivíduos são conscientes sobre a diferença crítica entre os dois discursos e costumam empregá-los diferencialmente, a fim de alcançar suas metas de consumo, embora em algumas situações o uso da linguagem seja relativamente imprecisa. É por essa razão que o autor prefere falar em “retórica” ao invés de “discurso”.

<sup>8</sup> É suficiente pensar nas diversas tentativas de estabelecer a natureza precisa da diferença entre necessidade e desejo, que constitui uma preocupação antiga entre filósofos e teóricos sociais. Tal discussão é quase sempre acompanhada por uma classificação dos produtos em necessidade e luxo, com o intuito de identificar as necessidades humanas “reais”, em oposição àquelas necessidades “falsas” ou criadas pela sociedade (CAMPBELL, 1998, p. 238).



componente expressivo e pela preocupação com a “distinção social” (SOUZA, 2012, p. 46), os batalhadores tendem a recorrer aos princípios do *ethos* do trabalho duro na orientação da prática nos diversos domínios da vida social.

A orientação de uma conduta predominantemente ascética seria transferida ao campo dos estilos de vida, já que os batalhadores precisam sacrificar práticas de consumo e atividades de lazer, em favor dos interesses familiares e de uma estabilidade futura. Para tanto, eles se ancoram numa disposição para o sacrifício individual, que não é harmoniosa nem plena, sendo perpassada por contradições, ambivalências e sentimentos conflitantes; e numa capacidade de previdência, que consiste numa economia doméstica e controle do presente baseada na experiência passada. Souza (2012) relata o caso de uma informante que, apesar de desejar sair para almoçar fora, tomar uma cerveja ou até mesmo um sorvete, renuncia a qualquer conforto e prazer, preocupada que esse dinheiro faça falta no futuro para suprir as necessidades da família. Segundo ele, é justamente esse controle estrito das despesas que permite ao batalhador sobreviver às inconstâncias do mercado.

O autor estabelece uma distinção entre ascensão econômica e ascensão social, afirmando que somente esta última envolve mudanças nos padrões de consumo e estilo de vida dos batalhadores. Contudo, Souza não explora as condições em que haveria uma ascensão social. Outra informante afirma não gastar dinheiro “à toa”, a não ser com roupas, que admite comprar além do necessário, mas o autor não explicita as condições que possibilitam a adesão às práticas de consumo distanciadas de uma lógica da necessidade. Em sua ênfase no caráter ascético das disposições responsáveis pela inserção dessa fração de classe no mercado, o autor não dá conta de explicar as situações em que, ao lado das disposições ascéticas observadas no âmbito do trabalho, esses indivíduos manifestam disposições hedonistas no campo dos estilos de vida, buscando expressar a nova posição social. São essas questões que o presente trabalho buscou responder.

### **Ascetismo e hedonismo nas práticas de consumo dos batalhadores**

A partir da pesquisa de campo, foi possível observar que, a despeito da afirmação generalizada de que estaria se formando uma “nova classe média” no Brasil, com maior capacidade de renda e, conseqüentemente, de consumo, a realidade é muito mais complexa e matizada. Em primeiro lugar, é válido ressaltar que o aumento da renda não se converte necessariamente em mudanças nos padrões de consumo e no estilo de vida dessa fração de classe. Desse modo, foi possível perceber, logo nas primeiras entrevistas, que muitos batalhadores permaneciam com um estilo de vida marcadamente ascético, orientando suas práticas a partir das disposições incorporadas em sua condição passada, enquanto outros incorporavam novas disposições para o consumo, adaptando suas práticas à nova posição social e podendo adotar uma orientação mais hedonista no campo dos estilos de vida, embora permanecessem orientados por disposições

ascéticas em outros domínios. Portanto, é possível problematizar a noção de um *ethos* popular, homogêneo e sistemático, caracterizado principalmente pelo seu ascetismo, que estaria na origem das práticas de consumo de todos os membros das classes populares, ainda quando se trata de uma fração de classe específica. A pesquisa de campo permite perceber que não existe um estilo de vida popular homogêneo nem mesmo nas frações ascensionais das classes populares, cujos membros parecem caracterizados por *combinações complexas e específicas de disposições ascéticas e disposições hedonistas*.

A principal questão que norteou a análise, portanto, foi a de saber quais condições permitem a alguns membros dessa fração de classe desenvolver disposições hedonistas para o consumo e experimentar mudanças significativas em seu estilo de vida, enquanto outros permanecem aplicando disposições ascéticas no campo dos estilos de vida. Considerando a heterogeneidade de orientações com relação ao consumo, encontradas no interior das frações ascensionais das classes populares, buscou-se traçar os perfis culturais dos entrevistados, rastreando os diversos processos de socialização e tipos de sociabilidade que contribuem para a orientação de suas práticas de consumo e possíveis mudanças na ordem de seu estilo de vida.

A análise permitiu perceber que as orientações com relação ao consumo nos meios populares variam não somente em razão do volume e estrutura de seu capital ou segundo um critério geracional, mas também com relação à origem social e trajetória, ao sexo, de acordo com o papel assumido pelo consumo na construção da feminilidade e da masculinidade, ao momento do ciclo de vida, além da influência exercida pelos diversos processos socializadores e pelas diferentes instâncias de legitimação cultural (escola, mídia, religião etc.) que contribuem para reforçar as disposições ascéticas ou possibilitam a incorporação de disposições hedonistas no campo dos estilos de vida.

Apesar da diversidade de influências e dos modos específicos que assumem nas trajetórias individuais, é possível observar a predominância de duas orientações fundamentais com relação ao consumo entre as frações ascendentes das classes populares, que permitem situar seus membros mais próximos do polo ascético ou do polo hedonista do campo dos estilos de vida – sem negligenciar o fato de que os indivíduos apresentam combinações específicas de ascetismo e hedonismo na orientação de suas práticas de consumo e de lazer, na realidade. Para fins analíticos, procedeu-se à construção de dois perfis culturais principais: o *batalhador ascético* e o *batalhador hedonista*, que serão apresentados a seguir.

Vale destacar que essas categorias não devem ser consideradas estanques, uma vez que muitos entrevistados afirmavam ter mudado o comportamento com relação ao consumo ao longo de sua trajetória. Isso foi observado no caso de alguns homens que exprimiam uma conduta mais hedonista quando eram solteiros, assumindo uma orientação mais ascética depois que se casavam. Enquanto a posição de homem solteiro está ligada à incorporação de um código moral masculino que passa pela expressão da virilidade na

juventude, articulando-se a símbolos e promessas da cultura do consumo e a um estilo de vida hedonista – com farras, mulheres e bebida, além de outros bens de consumo<sup>9</sup> – a posição de homem casado envolve um conjunto de expectativas sociais associadas ao papel de provedor material e moral (SARTI, 1994), favorecendo o reforço das disposições ascéticas. Tais variações parecem estar ligadas, portanto, à posição ocupada no seio da família e ao momento no ciclo de vida.

Outras instâncias socializadoras também ajudam a inibir certas disposições hedonistas incorporadas na juventude, como é o caso de denominações religiosas mais tradicionais – católicas e protestantes. Isso pode ser observado na trajetória de Moisés, um pequeno comerciante de 47 anos, que só conseguiu prosperar economicamente após sua conversão religiosa à Assembleia de Deus, que permitiu uma maior racionalização da sua conduta, favorecendo a adoção de uma orientação mais ascética tanto no âmbito do trabalho quanto no campo dos estilos de vida:

*(...) se na minha vida tem acrescentado algumas coisas de, de bom, foi porque eu entreguei minha vida a Ele [Jesus], porque antes, antes eu trabalhava muito, mas não via retorno, ganhava fácil e o dinheiro ia embora fácil, já negociei com, como eu disse aqui, com, tinha carroça de cachorro quente, depois comprei outra, ganhava dinheiro, mas o dinheiro ia-se embora, gastando com prostituição, com pagode, praia, depois que saí da, das carrocinha, coloquei, coloquei um mini mercadinho lá mesmo onde, onde hoje tem essa quitandazinha, negociava com cereais e ganhava dinheiro, mas pegava dinheiro, saía pra, pra as noitada, pra os bailes, pagode, praia, só... ganhava e gastava, depois comprei garrações de água mineral, também começava a... ganhava dinheiro e... depois que eu me converti ao evangelho, eu sei que nada do que eu tenho é meu, é tudo do Pai, eu não tenho nada, nem minha vida não me pertence mais.*

No momento da entrevista, Moisés se dedicava a uma rotina de trabalho extenuante, de aproximadamente 16 horas diárias, sem dispor de tempo livre, o que não se dava sem tensões, já que essa falta de tempo para atividades de lazer era considerada o principal ponto negativo de sua nova rotina de trabalho – antes disso, o entrevistado trabalhava como motorista de uma empresa. A construção dos perfis culturais permite analisar as maneiras pelas quais os membros dessa fração de classe articulam os valores constitutivos de seu *ethos* – como trabalho e família – às promessas da cultura de consumo, às quais se encontram cada vez mais expostos.

### 1- O batalhador ascético

Os batalhadores ascéticos se caracterizam, em linhas gerais, por uma (1) trajetória social de ascensão pelo trabalho duro, através da incorporação de disposições ascéticas durante os processos de socialização primária e secundária e (2) por uma maior proximidade com relação ao mundo das necessidades materiais e urgências temporais, em sua condição passada, que

---

<sup>9</sup> Segundo Duarte e Gomes (2008, p. 214), a farra se apresenta como a outra face do mundo do trabalho, sendo tão fundamental para a conformação de uma plenitude masculina quanto este último.

pode chegar ao limite de uma privação material extrema<sup>10</sup>. Nesse sentido, é possível observar 3) a transferência das disposições ascéticas para o campo dos estilos de vida.

As práticas de consumo dos batalhadores ascéticos permanecem, portanto, fortemente orientadas pelos valores e disposições constitutivos do *ethos* do trabalho duro, voltadas para a constituição de uma esfera doméstica, através da compra de bens duráveis, destinados a garantir o conforto da família. Observa-se uma forte disposição para o sacrifício individual, que tende a priorizar os interesses da família, em detrimento dos interesses individuais, de modo que a família permanece como principal unidade de consumo entre os batalhadores ascéticos. Isso pode ser observado na fala de Rosa, 60 anos, manicure, cuja mobilidade ascendente foi possibilitada pela inserção das filhas no mercado de trabalho e pela aposentadoria do marido:

*I: A minha filha, com o primeiro emprego... a que se formou na católica em Letras, no primeiro emprego dela, ela comprou uma máquina de lavar pra mim, no primeiro salário, comprou uma máquina de lavar.*

*E: E isso foi quando? Há quanto tempo?*

*I: Isso já foi mais de... cinco anos atrás min [menina]. Primeiro salário. Comprou minha máquina, Mércia me deu um gela-água, a Mércia, a que é a freira. E... botou isso aqui ó: PVC, na casa todinha (...) ganhei um sofá bom, depois Mércia mandou, ela no dia das mães me deu, tirou aquela televisão de bico. Risos. Aquela televisão velha. Risos. Ela comprou uma agora, né, moderna, entendeu? E a gente fica assim, mudando as coisas, graças a Deus, paga escola pra a neta, porque eu quero também o mesmo futuro das menina.*

Como destacam Lucia Scalco e Rosana Pinheiro Machado (2010), a compra de um bem de maior valor é mais comum quando se trata de presentear alguém, sobretudo um familiar, percebida como uma dádiva ou retribuição. As práticas de consumo do batalhador ascético ganham sentido como um projeto familiar, reforçando os laços de obrigação moral entre pais e filhos. Para Sarti (1994, p. 113), “melhorar de vida é ver a família progredir”. Nesse sentido, os princípios e promessas da cultura de consumo parecem se atrelar aos valores fundamentais constitutivos do *ethos* do trabalho duro, de modo a legitimar a adesão a novas práticas de consumo por parte dos batalhadores ascéticos, orientando-as para a modernização dos lares, que tem no conforto a margem das despesas eticamente permissíveis (WEBER, 2016).

Embora oriente suas práticas de consumo por um *ethos* ascético, voltado para a satisfação das necessidades, a entrevistada não rejeita os lucros simbólicos envolvidos no consumo de bens, na medida em que é possível observar a manipulação dos seus atributos simbólicos, em função de uma intenção expressiva, qual seja, desvincular-se do estigma da pobreza e do passado

---

10 Como destaca Bourdieu (2013, p. 105), as práticas de consumo possuem uma relação não somente com o montante de capital objetivado (propriedades) e incorporado (*habitus*), mas também com a origem social, pensada tanto em termos da influência da socialização familiar e das condições originais da existência, como do efeito da trajetória social, ou seja, o efeito exercido sobre as disposições e opiniões pela experiência social de ascensão ou de declínio.

de privação material<sup>11</sup>. Desse modo, embora não se considere vaidosa, Rosa se preocupa em manter uma “boa aparência”, buscando expressar uma *presença de gente*, através do consumo de vestuário e de produtos cosméticos – como *alisante* de cabelo. Além disso, a roupa também precisa expressar a sua posição de mulher religiosa e respeitável, portanto outros critérios acionados na compra de vestuário são o comprimento, sem decote etc.

*Eu não saio pra canto nenhum né? Mai eu não tenho que tá me trocando, tomar um banho, botar uma roupa limpa? É por isso que eu compro.*

Por meio de suas práticas de consumo, os batalhadores ascéticos buscam expressar limpeza e higiene, dando sinais da dignidade material e moral conquistada por meio do trabalho duro ao longo da vida. A construção da autoimagem assume um caráter específico no caso da mulher negra, que tenta diminuir a dupla desvantagem que pesa sobre ela, tanto no mercado matrimonial como no mercado de trabalho (SOUZA, 2012), devido à sua condição sobredeterminada de mulher pobre e negra, recorrendo, para tanto, ao consumo de vestuário e produtos cosméticos.

Há também um importante componente geracional na orientação das práticas de consumo dos batalhadores, na medida em que os mais velhos possuem disposições ascéticas duravelmente instaladas no tempo, que tendem a ser traduzidas para o campo dos estilos de vida, ainda quando se encontram mais distanciados do mundo das necessidades materiais. Voltados para a condição passada, geralmente marcada por algum tipo de privação material, eles incorporam disposições para a poupança e para o pensamento prospectivo, de modo que a preocupação com o futuro parece assumir um papel fundamental na organização de suas despesas; enquanto os mais jovens parecem mais dispostos a consumir bens e serviços, conformando um estilo de vida mais próximo ao polo hedonista, caracterizados, geralmente, por um maior distanciamento do mundo das necessidades materiais e por novas formas de sociabilidade, decorrentes de processos de socialização mais heterogêneos.

É possível observar também uma relação entre as diferentes orientações do consumo e a estruturação dos papéis de gênero (CAMPBELL, 1998). Assim, enquanto os homens parecem mais propensos a orientar suas práticas de consumo através de uma retórica da necessidade, as mulheres parecem mais inclinadas a associar as práticas de consumo às atividades de lazer. Foi possível observar uma divisão sexual do trabalho que se estende às práticas de consumo, na qual as mulheres costumam ficar responsáveis pela pesquisa e compra de bens duráveis para o lar, bem como pela compra de vestuário para toda a família. Nesse sentido, elas mostram maior interesse para falar sobre consumo do que os homens que, situados mais próximos do polo

---

<sup>11</sup> Ser pobre não está relacionado apenas à desigualdade social, mas também a atributos morais (SARTI, 1994), que aparecem geralmente de maneira negativa no imaginário social brasileiro, relacionados à falta de higiene e limpeza, falta de caráter, falta de competência etc.; mas que podem ser convertidos em atributos morais positivos, através de sua disposição para o trabalho duro e disposições para a autossuperação, manifestas no âmbito do consumo.

ascético do campo dos estilos de vida, buscam exprimir racionalidade, sobriedade e autocontrole no consumo de bens.

## 2 - O batalhador hedonista

Tal como o batalhador ascético, o batalhador hedonista incorporou desde a mais tenra idade disposições ascéticas para o trabalho duro no seio da socialização familiar, que possibilitaram sua posterior mobilidade ascendente. Contudo, este último parece vivenciar de modo diverso os conflitos entre o conjunto de valores e disposições ascéticas incorporadas desde a infância e os valores e crenças a que estão expostos no seio de uma sociedade capitalista e de mercado, permeada por uma cultura de consumo. Estes últimos constituem um universo simbólico, apresentando possibilidades e modos de ser e de viver que o batalhador hedonista almeja em alguma medida, de modo que ele vivencia de maneira mais acentuada o conflito entre os valores encerrados no *ethos* do trabalho duro e aqueles sustentados pela cultura do consumo.

Enquanto o batalhador ascético busca resolver essa tensão através de uma concepção quase religiosa do trabalho, que reforça uma orientação ascética da conduta nos diversos domínios da prática, o batalhador hedonista busca conciliar seus valores e disposições em conflito através de um ajuste com relação ao *ethos* do trabalho duro, adotando, em determinados contextos, uma ética do consumo mais próxima da retórica do desejo e do querer, tal como explicitada por Campbell (1998). Esse ajuste é possibilitado tanto por um maior distanciamento com relação ao mundo das necessidades materiais, quanto com relação à esfera moral e religiosa, sendo favorecido pelos processos de socialização secundária que podem ser heterogêneos, e até mesmo contraditórios, com relação ao conjunto de valores e disposições incorporados na socialização primária, tais como trabalho, grupo de amigos, meios de comunicação de massa e religião – sobretudo entre as denominações ligadas à teologia da prosperidade. Isso pode ser observado no caso de Elisângela, 36 anos, que incorporou novas disposições para o consumo depois que começou a trabalhar como faturista de uma empresa terceirizada, em um hospital. Ao adquirir maior independência econômica, a entrevistada passou a comprar bens de consumo individuais, distanciando-se de uma lógica da necessidade.

*É, porque assim... usava [bens de consumo individuais], sendo que eu usava com muita cautela, assim eu não usava cartão, a gente sempre comprava as coisas que tinha necessidade mesmo, mas em questão de roupa: comprava roupa, mas só final de ano, comprei final de ano, entendesse? Eu não era acostumada assim: ah, eu passar numa loja, vê uma blusa, uma calça, gostei, não tinha como eu comprar, porque meu marido era sozinho pra sustentar a casa. E aí quando você trabalha, você tem seu dinheiro, você gosta de uma coisa, você tá com o cartão ali, vai, "ah, eu gostei, vou comprar".*

É importante destacar que o trabalho fornece não somente as condições materiais, mas também as condições morais e simbólicas para a incorporação de novas disposições para o

consumo entre os membros das frações ascensionais das classes populares, permitindo um maior distanciamento com relação à lógica da necessidade que orientava suas práticas de consumo, bem como a adesão a uma orientação mais hedonista e aos princípios da cultura de consumo – estetização e estilização (ROCHA, 2002) –, aos quais as classes populares brasileiras estão cada vez mais expostas. Ademais, na medida em que essas classes estiveram historicamente relegadas a um nível de subconsumo, ainda quando inseridas no mercado de trabalho, pesa sobre o consumo popular uma forte avaliação moral, fundamentada tanto no *ethos* do trabalho duro – produto de tais condições de existência –, quanto em uma moralidade de classe média<sup>12</sup> (SCALCO; PINHEIRO-MACHADO, 2010), que atua como princípios de conformidade, orientando as práticas de consumo dos membros das classes populares para a satisfação das necessidades, ainda quando estes últimos alcançam uma nova posição social.

Tais princípios conduzem a tensões intraindividuais entre os valores e disposições constitutivos do *ethos* do trabalho duro, tal como a disposição para o sacrifício individual e as disposições para a autossuperação, na medida em que a busca por uma condição de vida considerada melhor pode envolver a adoção de novas práticas de consumo, orientadas para o prazer e desfrute individual. Portanto, o batalhador hedonista parece combinar a ética do trabalho duro com uma ética do consumo, aqui denominada de *retórica do trabalho duro*, segundo a qual se considera legítimo o consumo de bens voltados à busca do prazer, desde que sejam provenientes do “suor do trabalho” e esforço dos indivíduos.

Embora Campbell (1998) tenha destacado que os consumidores recorrem a uma retórica do querer, com o intuito de legitimar suas práticas de consumo orientadas para o prazer, a afirmação de uma retórica do trabalho duro visa destacar o caráter peculiar assumido por esse processo na sociedade brasileira contemporânea, sobretudo no que se refere aos membros das classes populares, inseridos apenas recentemente no consumo de massa. Diferentemente do que foi encontrado por Campbell (1998), em sua pesquisa na Inglaterra dos anos 1990 – na qual os indivíduos buscavam redefinir o contexto da compra orientada pelo desejo, acionando diversas situações nas quais essas práticas poderiam ser legitimadas –, os batalhadores hedonistas entrevistados legitimavam suas práticas de consumo *quase exclusivamente* pela ideia de uma recompensa pelo trabalho, conquistada *com o suor do trabalho*, através da incorporação de disposições ascéticas para o trabalho duro.

Desse modo, os membros das frações ascensionais das classes populares que adotam uma orientação mais hedonista, no campo dos estilos de vida, ancoram-se numa retórica do trabalho duro que visa legitimar suas práticas de consumo, ajustando-se, dessa forma, aos valores e disposições constitutivas de seu *ethos*. De modo semelhante, a adesão a novas práticas de

---

12 Scalco e Pinheiro-Machado (2010) citam uma pesquisa etnográfica da qual participaram no natal de 2009 sobre o projeto Papai Noel dos Correios – em que crianças e jovens escrevem cartas pedindo presente de natal –, na qual observaram que tanto os funcionários dos Correios quanto outras pessoas condenavam as cartas que pediam presentes caros, tais como roupas de marca, e consideravam nobres aquelas que pediam material escolar, expressando uma moralidade das classes médias sobre o consumo popular.

consumo distanciadas de uma lógica da necessidade se torna possível desde que tais práticas não se sobreponham aos interesses do grupo familiar. Isso pode ser observado quando Elisângela explica como passou a consumir perfumes importados, depois que começou a trabalhar.

*Hoje em dia pra você comprar um perfume no Boticário, Boticário, Natura, é em torno de mais de R\$100 reais um perfume bom, então é melhor você pagar um pouquinho a mais e ter um produto melhor né? Isso é quando dá pra você comprar né? Você também não vai fazer, sacrificar a família, “ai vou comprar um perfume bom, porque eu quero”, não. E sacrificar a família? A alimentação? Não. Eu só compro realmente quando dá pra comprar, como eu comprei esses dois, comprei um e depois de muito tempo comprei outro, quando dá mesmo. Eu tô te dizendo assim a questão de qualidade, realmente a qualidade é bem melhor.*

Apesar de exprimir uma postura mais hedonista no campo dos estilos de vida, orientando suas práticas de consumo por uma retórica do querer, voltada para o prazer e desfrute individual, é possível perceber um forte elemento de ascetismo na orientação de suas práticas de consumo, ainda quando a entrevistada consome bens considerados de luxo como perfumes importados – associados ao estilo de vida das classes dominantes. Elisângela exprime certa preocupação em mostrar, diante de uma observadora externa, que suas práticas de consumo são responsáveis e prudentes, explicando que só compra perfumes importados quando tem um *dinheirinho sobrando*, pagando à vista – *em espécie* –, de modo a não contrair dívidas, as quais poderiam prejudicar os interesses de sua família no futuro.

Como mostra Cynthia Sarti (1994), a vaidade é condenada entre os mais pobres justamente por ser concebida como uma atitude irresponsável, que coloca os interesses individuais acima dos compromissos familiares. Apesar dos conflitos e ajustes entre valores e disposições heterogêneas, é possível observar mudanças significativas na ordem do estilo de vida do batalhador hedonista, com gradativa mudança na unidade de consumo, que passa da família para o indivíduo (MCCRACKEN, 2003), exprimindo não somente certo distanciamento de algumas disposições do *ethos* do trabalho duro em seu projeto de mobilidade ascendente – como é o caso da disposição para o sacrifício individual –, mas também novas formas de constituição e expressão da individualidade nos meios populares (DUARTE; GOMES, 2008).

Vale destacar ainda que, no caso de Elisângela, o trabalho se constitui também como importante processo de socialização secundária para a incorporação de novas disposições para o consumo, na medida em que a entrevistada passou a conviver com membros de outras classes sociais, como médicos, almejando as práticas constitutivas de seu estilo de vida, como consumo de bens considerados de luxo. A entrevistada conta que passou a consumir perfumes importados após ganhar um perfume *Euforia da Calvin Klein* de uma médica e se tivesse condições compraria mais produtos importados. Como estratégia de barateamento, ela pede que seus colegas de trabalho comprem perfumes no *dutyfree* quando viajam para o exterior.



Desse modo, a entrevistada norteia suas preferências por critérios que parecem se distanciar das práticas de consumo características das classes populares no que se refere a perfumes, que segundo Nery (2017), prefeririam fragrâncias mais leves, de menor fixação, comprando produtos de baixo valor agregado, os quais podem ser utilizados várias vezes ao dia. Nesse sentido, a adoção de tais critérios pela entrevistada parece envolver uma busca por distinção com relação aos membros das classes populares, aproximando-se do estilo de vida característico das classes média e alta. Tal orientação parece favorecida por um crescente processo de estratificação observado no interior das classes populares brasileiras, decorrente da expansão educacional e sua irradiação nos meios populares, com a conseqüente elevação da taxa de escolarização entre as gerações mais jovens, além do ingresso das mulheres no mercado de trabalho, dentre outros fatores (PONTES, 2015).

Ademais, Elisângela busca legitimar suas práticas de consumo distanciadas de um gosto de necessidade a partir de uma ideia de feminilidade, segundo a qual além do cuidado com a família e o lar, as expectativas sociais associadas aos papéis da mulher envolvem cuidar também da aparência, acompanhar as tendências da moda, apresentando-se sempre bonita e arrumada.

*I: É porque roupa é assim: eu passo, me agradei daquela roupa, vesti, caiu bem em mim, ficou bem, eu vou e compro.*

*E: Não é muito... mais quando tá precisando não?*

*I: É não, tão difícil, às vezes eu tenho roupa lá em cima no meu guarda-roupa que, umas quatro, cinco roupas que eu nem usei ainda. Risos.*

*E: Tu gostas de comprar roupa?*

*I: Gosto. Ai eu vejo uma coisa que tá na moda, aí as vezes eu olho, faço: “meu Deus, não vai vestir bem”. Ai eu vou, mulher, sempre tem aquela... vou provar, não sei o quê, aí vou, provo, fica... eu gosto do jeito que vestiu, aí eu vou e compro (...) Gosto muito de me arrumar, gosto. Gosto muito de roupa nova (risos). Sapato, perfume, eu acho que isso pra uma mulher... não sei todas, mas na minha opinião, eu adoro!*

Segundo Beverley Skeggs (2002), a feminilidade constitui um dos poucos recursos que podem ser capitalizados pelas mulheres das classes populares – destituídas dos recursos socialmente valorizados, tais como capital econômico e capital cultural – tanto no mercado matrimonial quanto no mercado de trabalho. Desse modo, as batalhadoras hedonistas entrevistadas recorrem ao consumo de bens individuais – tais como vestuário, acessórios, produtos cosméticos e de higiene –, buscando expressar sua feminilidade. O perfil do batalhador hedonista é mais comumente encontrado entre mulheres, jovens, indivíduos com maior volume de capital, ocupações nas quais a construção da autoimagem é importante, posições sociais mais distanciadas do mundo das necessidades materiais e processos de socialização relativamente heterogêneos, nos quais os batalhadores se relacionam com membros de outras classes sociais e

parecem mais suscetíveis à incorporação de valores e disposições heterogêneos ou contraditórios com relação ao *ethos* do trabalho duro.

### Considerações finais

Longe de pretender esgotar as inúmeras facetas envolvidas na discussão sobre as mudanças nas práticas de consumo das classes populares, este trabalho buscou destacar a complexidade e heterogeneidade constitutiva de seu estilo de vida, o qual parece resistir a interpretações redutoras e simplistas – sejam aquelas que apontam a emergência de uma “nova classe média” no Brasil, marcada por maior inclinação ao consumo, sejam aquelas que destacam apenas sua posição no trabalho, ou ainda a predominância de uma orientação ascética, responsável pela sua integração no mercado.

Ademais, a partir da discussão aqui desenvolvida, é possível perceber a proficuidade do enfoque disposicionalista na análise das práticas de consumo das classes populares num contexto de mobilidade ascendente, que permite lançar luz sobre os conflitos, tensões e ajustes com relação ao seu *ethos* de classe. Nesse sentido, essa discussão pode fornecer um interessante ponto de partida para o tratamento de questões fundamentais da teoria social contemporânea, como a reflexividade e o tema da individualidade nas classes populares, que suscita debates nas ciências sociais brasileiras desde os anos 1990 (SARTI, 1994; DUARTE; GOMES, 2008). A própria abordagem de uma orientação mais hedonista entre os membros das classes populares, cuja ascensão foi garantida pela incorporação de disposições ascéticas para o trabalho ao longo da vida pode ser percebida como um interessante caminho teórico para pensar as especificidades de seu processo de individualização. Por fim, o desvelamento das estratégias acionadas pelos membros dessa fração de classe na legitimação de suas práticas de consumo, por meio de uma retórica do trabalho duro, destaca a necessidade de se discutir a dimensão política do consumo (SLATER, 2002), investigando como as distâncias sociais e os processos de dominação social e simbólica são repostos num novo patamar de prosperidade e maior acesso ao consumo de bens e serviços pelas classes populares brasileiras.

### Referências

- BOURDIEU, P. **A distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: Editora Zouk: Edusp, 2013.
- BOURDIEU, P. **Questões de sociologia**. Lisboa: Fim de Século, 2003.
- CAMPBELL, C. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.
- CAMPBELL, C. Consumption and the Rhetorics of Need and Want. **Journal of Design History**, Oxford, v. 11, n. 3, p. 235-246, 1998.
- CAMPELLO, T. (coord.). **Faces da Desigualdade no Brasil**. Um olhar sobre os que ficam para trás. Brasil: Clacso: Flacso: Agenda Desigualdade, 2017.

- DUARTE, L.F.D.; GOMES, E. C. **Três famílias**: identidades e trajetórias transgeracionais nas classes populares. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008.
- IBGE. **Pesquisa de Orçamentos Familiares 2008-2009 – POF**. Rio de Janeiro: IBGE, 2010.
- LAHIRE, B. **O homem plural**: os determinantes da ação. Petrópolis: Vozes, 2002.
- LAHIRE, B. **Retratos Sociológicos**: disposições e variações individuais. Porto Alegre: Artmed, 2004.
- LAHIRE, B. **A cultura dos Indivíduos**. São Paulo: Artmed Editora, 2006.
- LAHIRE, B. O singular plural. *In: Homenagem a Bernard Lahire*. Cadernos do Sociófilo. Quarto Caderno. Rio de Janeiro: IESP: UERJ, 2013.
- MACCRACKEN, G. **Cultura e consumo** – novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.
- NERI, M. **A nova classe média**: o lado brilhante dos pobres. Rio de Janeiro: CPS: FGV, 2010.
- NERY, M. S. S. O Nordeste e o mercado nacional de fragrâncias: notas para um mapa da produção/consumo de perfumes no Brasil. **Revista de Ciências Sociais Unisinos**, São Leopoldo, v. 53, n. 1, p. 66-76, jan./abr. 2017.
- PETERS, G. *Habitus*, reflexividade e neo-objetivismo na teoria da prática de Pierre Bourdieu. **RBCS**, São Paulo, v. 28, n. 83, p. 8-37, 2013.
- POCHMANN, M. **O mito da grande classe média**: capitalismo e estrutura social. São Paulo: Boitempo, 2014.
- PONTES, T. P. **“Crescer na vida”**: trajetórias de micromobilidade nos meios populares. 2013. Tese (Doutorado em Sociologia) – Instituto de Estudos Sociais e Políticos, Universidade Estadual do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015.
- ROCHA, M. E. M. **O consumo precário**: pobreza e cultura de consumo em São Miguel dos Milagres. Coleção Estudos sobre Alagoas. Maceió: Edufal, 2002.
- SARTI, C. **A família como espelho**: um estudo sobre a moral dos pobres na periferia de São Paulo. 1994. Tese (Doutorado em Antropologia) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1994.
- SCALCO, L.; PINHEIRO-MACHADO, R. Os sentidos do real e do falso. O consumo popular em perspectiva etnográfica. **Revista de Antropologia**, São Paulo, v. 53, n. 1, p. 321-359, 2010.
- SINGER, A. **Os sentidos do lulismo**: reforma gradual e pacto conservador. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.
- SKEGGS, B. **Formations of class and gender**. Becoming respectable. London: Thousand Oaks: New Dheli: SAGE Publications, 2002.
- SLATER, D. **Cultura do consumo e modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002.
- SOUZA, J. A invisibilidade da luta de classes ou a cegueira do economicismo. *In: BARTELT, D. (org.). A “nova classe média” no Brasil como Conceito e Projeto Político*. Rio de Janeiro: Fundação Heinrich Boll, 2013. p. 55-69.
- SOUZA, J. **Os batalhadores brasileiros**: nova classe média ou nova classe trabalhadora? Belo Horizonte: Editora UFMG, 2012.
- SOUZA, J. **A ralé brasileira**. Quem é e como vive. Belo Horizonte: UFMG, 2009.
- TORRES, H. G.; BICHIR, R. M.; CARPIM, T. P. Uma pobreza diferente? Mudanças no padrão de consumo da população de baixa renda. **Novos Estudos**, São Paulo, n.74, p. 17-22, mar. 2006.
- WEBER, M. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2016.

Recebido em: 19/12/2018

Aceito em: 16/01/2019