



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Política e Periferia: Uma Análise do Voto e do Consumo^{1 2}

Rafaela Valentini Esequiel³

ESPM-SP

Fábio Mariano Borges⁴

ESPM-SP

Resumo

Nos últimos dez anos, as chamadas classes populares, também conhecidas como classes C/D, viveram um processo de inclusão ao consumo através de políticas públicas que facilitaram o acesso ao crédito, e o incentivo aos empreendimentos comerciais. Este movimento coincidiu com um momento onde se intensificou o tratamento do eleitor como um consumidor que, por sua vez, passou a ser mais atento para as promessas e projetos nas plataformas políticas que visassem manutenção e incremento do consumo. O objetivo deste estudo é traçar como o acesso ao consumo impactou na opinião e orientação política das classes C/D, em especial as que residem nas áreas periféricas da cidade de São Paulo. Para compreender os reflexos da ascensão ao consumo na efetividade do voto, analisaremos os resultados das últimas quatro eleições para prefeito que elegeram, respectivamente, José Serra, Gilberto Kassab, Fernando Haddad e João Dória, correlacionando-os com a relevância que este público dá ao consumo.

Palavras-chave: Consumidor emergente; consumo; política; classes C/D; periferia.

Introdução

As classes C/D, a nova classe média definida por pessoas que apresentem uma renda familiar mensal entre R\$2.675,00 e R\$4.681,00 (ABEP, 2014), constituem uma parcela da população que vem sendo explorada nos últimos dez anos devido à sua recente ascensão no mercado de consumo e no acesso à infraestrutura urbana. Desta forma, muitas empresas voltaram seu foco para tal camada da sociedade, tentando entender quais são seus desejos, objetivos e necessidades.

¹ Trabalho apresentado no 3º Encontro de GTs de Graduação - Comunicon, realizado no dia 10 de outubro de 2018.

² Trabalho realizado através do Programa de Iniciação Científica da ESPM de 2017.

³ Estudante do curso de graduação de Ciências Sociais e do Consumo da ESPM-SP. E-mail: rafaela.essequiel@acad.espm.br.

⁴ Professor do curso de graduação de Ciências Sociais e do Consumo da ESPM-SP; orientador do presente trabalho de Iniciação Científica. E-mail: fborges@espm.br.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Com isso, esta parcela passou a ser vista como potencial consumidora, tendo mais acesso a um mercado antes dominado pelas classes A e B. Tal acessibilidade foi possível devido às novas possibilidades de pagamento e acesso a créditos que facilitaram o consumo, assim como o desenvolvimento de novos programas sociais, o aumento do salário mínimo, a queda de juros e da taxa de desemprego, e o corte de impostos, que contribuíram para o aumento da renda popular.

A partir de todas essas mudanças, a nova classe média passou a investir nos sonhos da casa própria e do carro novo, assim como em viagens e na aquisição de bens e serviços que eram considerados privilégios exclusivos das classes A e B (ROCKMANN, 2014). Para Neri (2011, p.19), “Ser nova classe média também é consumir serviços públicos de melhor qualidade no setor privado, aí incluindo colégio privado, plano de saúde e o produto prêmio, que é a previdência complementar.”

Com a ascensão das classes C/D, notou-se também um crescimento da conscientização dos direitos que essas classes possuem, tais como uma infraestrutura de qualidade e uma previdência. Este fato pode ser evidenciado através de dados fornecidos pela Federação Nacional de Previdência Privada e Vida, que indicam um aumento na demanda pela previdência privada dentro desta camada da população (ROCKMANN, 2014).

Tendo em vista esta recente participação de moradores de áreas periféricas no mercado, torna-se imprescindível entender como estas pessoas leem, discutem e fazem política. Segundo o último censo do IBGE, datado de 2012, as classes C/D representam 65% da população de São Paulo, tendo, portanto, uma influência significativa nas decisões políticas do município.

Observando as últimas quatro eleições municipais de São Paulo, em que elegeram, respectivamente, José Serra (PSDB), Gilberto Kassab (DEM/ PSD), Fernando Haddad (PT) e João Dória (PSDB), podemos notar uma alternância no poder entre partidos tidos como de centro-direita (DEM, PSD e PSDB) e de esquerda (PT).

Com tal ponto em evidência, questiona-se qual é o significado de tal variação e a influência das classes populares nestas decisões. Ou seja: qual é a relação entre voto e acesso ao consumo por meio de tal parcela da população. Em que medida este movimento acontece na sociedade brasileira atual, em virtude da ascensão ao consumo na última década? Observando as promessas e projetos das plataformas políticas dos candidatos à Prefeitura da cidade de São Paulo, nos últimos 12 anos, fica claro a passagem do foco, antes tido em infraestrutura, para condições que favorecem o consumo; reforça-se, portanto, a questão de compreender como se dá a relação entre o voto e o acesso ao consumo



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

por parte dos moradores das regiões periféricas de São Paulo, de forma que se percebe a relevância em investigar o quanto a inclusão e o fascínio com o consumo, que inevitavelmente é simbólico de mudança de condição de vida, pode impactar nas orientações políticas de uma população que passa a ter o consumo, como um dos itens importantes no seu projeto de vida e até mesmo de cidadania. Percebe-se, desta forma, uma lacuna no tema política-consumo-classes populares. É justamente esta esfera que visamos investigar nesta pesquisa.

O projeto de pesquisa foi desenvolvido através de pesquisas bibliográficas e documentais sobre o período de ascensão e declínio do poder de consumo das classes C/D, assim como do contexto político-econômico que propiciou tais eventos; e também através de uma pesquisa empírica, realizada com moradores das regiões periféricas de São Paulo e que se enquadram na classificação de classe C/D, por meio de entrevistas em profundidade baseadas em um roteiro, para entender as razões e os motivadores do voto, bem como o impacto do consumo na orientação política ou na escolha do candidato. As entrevistas foram distribuídas pelas 4 zonas periféricas da cidade (zona sul, leste, oeste, norte) e foram realizadas com eleitores que votaram nas últimas 4 eleições para prefeito, com idade atual entre 29 a 55 anos de idade (faixa etária suficiente para ter votado desde 2004). O número de estudos de caso é de 32 entrevistados, sendo 8 para cada uma das regiões. As entrevistas foram realizadas no Centro Cultural São Paulo⁵, próximo à estação de metrô Vergueiro de fácil acesso aos entrevistados, com duração média de duas horas.

O Contexto Brasileiro

Segundo Claudia Sciré (2009), a inclusão ao consumo trouxe uma consequência impactante no estilo de vida das classes populares: a financeirização da dívida. A autora explica que, até então, as dívidas deste público eram orientadas pela pessoalidade e, quando se remetiam ao consumo, eram materializadas em carnês, cujas parcelas podiam ser negociadas diretamente com a loja.

A mudança impactante se dá a partir das políticas de inclusão ao consumo, quando as classes C/D passaram a ter acesso ao cartão de crédito e aos financiamentos feitos pelos bancos. Sciré aponta que este convívio direto com as instituições financeiras, lojas e compra de itens que até então não eram acessíveis a este segmento, fez com que o consumo passasse a ser visto como um dos itens de bem-estar e que deveriam ser assegurados pela política pública. A partir daí, há uma alteração no modo que

⁵ Rua Vergueiro, 1000 - Liberdade, São Paulo - SP, 01504-000.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

as classes C/D percebem e entendem a atuação política e seus programas. Uma das alterações apontadas pela autora é o significado de emprego, que passa a ser diretamente relacionado à possibilidade de consumo. Além disso, Sciré também mostra o quanto os bens de consumo tomaram uma simbologia de sucesso e de afastamento da pobreza.

Os moradores das áreas periféricas em geral, tinham o voto dirigido para os candidatos que prometiam melhor infraestrutura nas regiões onde residem. Neri (2011) explica que isto fazia com que as camadas populares do subúrbio fossem vistas como uma massa de voto facilmente manipulável a partir de troca de obras públicas como largas avenidas, saneamento básico, ampliação de instalação elétrica, entre outros. Ou seja, o que era direito do cidadão e, por sua vez, dever da esfera pública, transformava-se não apenas em promessa política, mas também em moeda para conquista de votos.

Neri também aponta que, nos últimos dez anos, a pauta política mudou para as esferas da saúde, segurança e educação, mas não porque os itens básicos de infraestrutura já estivessem resolvidos. Este fato ocorreu devido à importância e urgência que esses temas ganharam na vida cotidiana da população. Este tripé de urgência – saúde-segurança-educação – não foi substituído, mas ganhou novos parceiros, grande parte deles relacionados ao consumo.

Isto se deve, aponta Sciré (2009), à marcante ascensão ao consumo na última década. As classes populares, passaram a perceber que elas também podiam consumir e, mais do que isto, podiam ter o direito ao direito de consumir, citando Hannah Arendt (1951) que desenvolveu magistralmente o conceito de “direito ao direito”. Para complementar, Jessé de Souza (2009), critica que as políticas de consumo não converteram as classes populares numa nova classe média, como foi e ainda é tão propagado pela esfera pública, pela mídia e pelo mercado. Por outro lado, ela levou a vida baseada em consumo para as classes trabalhadoras. De acordo com o autor (2012 apud LOPES; MACEDO; FERREIRA, 2014) esse novo acesso ao consumo ocorreu devido ao aumento do emprego e da valorização do salário real, porém não veio acompanhado de uma qualidade de vida compatível ao de uma classe média.

Para Souza (2012), não houve a constituição de uma “nova classe média” e sim, de uma nova classe trabalhadora, pois a partir do estudo na realidade cotidiana, a mesma não mostrou possuir nenhuma das características da classe média, na tradição sociológica, que implicasse numa preocupação com a “distinção social”, ou seja, o estilo de vida a afasta das classes populares e aproxima-a da classe dominante. (SOUSA CAMPOS, 2016, p. 13)



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Jessé (2014) aponta o caráter conservador que, historicamente, se fez presente na classe média, ressaltando uma certa glamourização do mercado capitalista e seus grandes empresários, os quais são vistos com admiração e como inspiração, enquanto que o Estado é tido como o ‘vilão da história’ e a personificação do ladrão. Há, portanto, uma grande desconfiança em relação ao governo e a percepção de que as esferas políticas e governamentais são dominadas por um sistema corrupto, como evidencia o estudo de Jessé de Souza e Bolívar Lamounier (2010 apud MAGALHÃES, 2012).

(...) o mercado capitalista, aqui e em qualquer lugar, sempre foi uma forma de “corrupção organizada”, começando como controle dos mais ricos acerca da própria definição de crime: criminoso passa a ser o funcionário do Estado ou o batedor de carteira pobre enquanto o especulador de Wall Street, que fraudava balanços de empresas e países e arruína o acionista, embolsa, hoje mais que antes da crise, bônus milionários. Enquanto o primeiro vai para a cadeia, o segundo, que às vezes arrasa a economia de países inteiros, ganha foto na capa do “Time” como financista do ano. (SOUZA, 2014)

Para Souza (2014), estas classes trabalhadoras são enganadas e abusadas pelos seus ídolos, na medida em que 70% do PIB nacional está concentrado na mão de 1% da população, enquanto que os outros 30% restam aos 99%. Segundo os estudos de Roberto Grun (2008) e do próprio Souza (2010), é possível evidenciar um agravamento nas condições de trabalho e na sua exploração, apesar da suposta ascensão da nova classe média difundida por vários autores; a terceirização e as novas formas de empreendedorismo estabelecem uma flexibilização das atividades empregatícias, reduzindo os direitos dos trabalhadores e os custos para com eles, beneficiando, como sempre, a gama dos grandes detentores do capital (ABDALA, 2012).

Essa nova classe ascendente, que inclui não só trabalhadores em sentido mais tradicional, mas, inclui, também, um sem número de autônomos que se acreditam “empresários de si mesmo”, se mostra suscetível às mesmas idéias que já faziam amplos setores da classe média estabelecida de tola. (SOUZA, 2014)

O acesso ao consumo tem o poder de impactar na percepção de bem-estar, de sucesso, bem como de projeto de vida. Isto é amplamente observado no que ocorreu com as classes trabalhadoras nos Estados Unidos, especialmente na década de 50, conhecida como Golden Age, justamente porque favoreceu e fomentou o consumo das massas de uma série de itens que mudaram o seu modo de vida. Foi a partir deste movimento que o *american way of life* passou a ser simbolizado pelos



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

eletrodomésticos, carro e casa própria. Neri (2011) explica que a busca pela realização na vida estava resumida em compor uma família que tivesse a possibilidade de conviver numa casa adequadamente equipada por itens eletrônicos e elétricos.

Este novo poder adquirido pela suposta nova classe média influencia, portanto, na visão do mundo e da própria condição desta camada, assim como em suas opiniões e atitudes políticas, de acordo com o projeto de iniciação científica desenvolvido por Weverthon Machado (2012).

Segundo Davies (1970), a ideia de que os indivíduos avaliam sua posição relativa na sociedade e essa avaliação afeta seu comportamento político está presente já em Tocqueville (2009), ao indicar, em seu estudo sobre a Revolução Francesa, que a percepção de que certos grupos sociais melhoravam de vida enquanto a maioria da sociedade não experimentava mudanças inspirava revolta e radicalismo. É importante destacar que a mobilidade social está associada a valores centrais no imaginário social do mundo contemporâneo, como a meritocracia, igualdade de oportunidades, valorização do trabalho, etc (...). (MACHADO, 2012, p. 9)

Ainda de acordo com a análise elaborada no projeto, apresenta-se uma pesquisa realizada a partir dos dados do ESEB (2010) em que Vitor Peixoto e Lúcio Rennó (2011) mostram o impacto que tais percepções acerca da ascensão social e de novos poderes adquiridos exercem sobre uma decisão política e eleitoral. O caso exposto é o das eleições presidenciais de 2010 que elegeram a candidata petista Dilma Rousseff que, segundo a análise em pauta, ocorreu devido à percepção de mobilidade social e econômica por parte dessa nova classe média durante o governo Lula.

Entretanto, apesar das críticas recebidas acerca da nomenclatura escolhida e sua análise, Neri (2011) defende seu estudo pontuando que sua definição preza pelo ponto de vista econômico.

Os sociólogos podem relaxar, pois não estamos falando de classes sociais, (operariado, burguesia, capitalistas, etc.) mas de estratos econômicos. Leia-se dinheiro no bolso, segundo os economistas a parte mais sensível da anatomia humana. Nova classe média foi o apelido que demos à classe C anos atrás. Chamar a pessoa de classe C soa depreciativo, pior que classe A ou B, por exemplo. (Neri, 2012, p. 27 apud MACHADO, 2012, p.4)

A escolha do economista, portanto, se dá em relação a estratos sociais representando o potencial de consumo, método utilizado pela Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (ABEP) através do Critério Brasil (MACHADO, 2012).



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Entrevistas em Profundidade

Tendo em mente todo o contexto político, econômico e social brasileiro e paulistano discutido nas seções anteriores, foram realizadas 32 entrevistas com moradores da periferia de São Paulo que se enquadram na classificação da nova classe média e tenham entre 29 e 55 anos.

Os entrevistados começaram contando um pouco sobre suas vidas e histórias pessoais, relatando os melhores e piores momentos, assim como sonhos e aspirações. A maioria deles era casada e possuía filhos, dedicando grande parte de sua rotina e atenção a eles; todas as entrevistadas que eram mães colocaram o nascimento de seus filhos como o melhor momento de sua vida. Um outro ponto que se destacou como ‘melhor momento’ foi a aquisição do certificado de graduação. A educação e o diploma se mostraram como importantes fatores na busca por uma vida e um emprego melhor, contribuindo para manter, e até mesmo aumentar, o poder de consumo recém adquirido pela maioria dos entrevistados.

O investimento na educação e em novos cursos não foi o único priorizado. Os novos hábitos relacionados à beleza, higiene e bem-estar pessoal se mostraram bastante valorizados, principalmente entre alguns dos homens entrevistados; muitos deles afirmaram não abrir mão de ir pelo menos uma vez por semana no salão de beleza fazer a barba, cortar o cabelo e cuidar das unhas; “Eu vou na barbearia toda semana, quem usa barba é bem difícil você ficar sem fazer, e eu não faço em casa. Eu vou na barbearia toda semana, corto o cabelo toda a semana, faço unha, os dentes, tempo inteiro cuidando, vou pra academia o tempo inteiro”, conta um dos entrevistados. As mulheres comentaram mais sobre a compra de novas roupas e novos acessórios, assim como maquiagem, obtendo suas inspirações em vídeos tutoriais do Youtube.

Após todas as entrevistas, alguns pontos se destacaram e se mostraram muito marcantes e presentes entre a parcela da nova classe média residente nas regiões periféricas de São Paulo. Primeiramente, a questão do entretenimento; a falta de acesso, seja por questões financeiras, de deslocamento ou de tempo, a formas e meios de diversão e lazer é significativa na vida dessas pessoas. No período do ‘boom da nova classe média’, em que houve maior acesso ao consumo, muitos passaram a explorar essas novas alternativas de lazer que São Paulo oferece, como restaurantes, bares, cinemas, parques, entre outros. Porém, agora com uma certa estagnação e recessão econômica, somada ao desemprego, muitos dos entrevistados tiveram que reorganizar seus gastos e seu tempo, tendo que,



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

muitas vezes, abrir mão dos novos direitos ao lazer e entretenimento que recém adquiriram, ou diminuir a frequência de tais atividades; “São Paulo, você acorda as cinco e meia da manhã, aí você vai para uma academia, volta, toma banho rapidinho, vai trabalhar, volta, a noite você tem os seus compromissos, quem estuda vai estudar, quem tem a casa pra cuidar vai cuidar da casa, você não para. Se você for parar para pensar você tem um dia da semana que é o domingo para se preocupar com você, o resto, é o tempo inteiro correndo”. A rotina corrida permite que o lazer seja apenas durante os finais de semana, em que muitos acabam indo para casa de familiares e amigos para alguma confraternização, ou saindo com os filhos para parques e cinemas. Durante a semana, quando resta um tempo livre, alguns entrevistados optam por assistir a filmes e seriados, principalmente através do Netflix, com seus parceiros.

Outro ponto muito marcante é o distanciamento em relação à política. Muitas pessoas preferem não conversar sobre, pois não entendem muito e optam por se distanciar; outras, apresentam um forte desgosto pelo tema, associando-o a termos como ‘corrupção’, ‘roubalheira’, ‘luta por poder e dinheiro’, entre outros. Em diversos momentos das entrevistas, as opiniões manifestadas se mostraram como repetições de comentários de familiares, amigos e chefes que os entrevistados admiravam e julgavam conhecedores do assunto. Muitos deles preferiram não expressar opinião sobre os ex-prefeitos de São Paulo, afirmando que não se recordavam das gestões. Dos que comentaram sobre, pôde-se perceber, em geral, uma indiferença em relação à curta gestão de José Serra e uma aversão à gestão de Gilberto Kassab, enquanto que houve uma divisão entre os que simpatizaram com o governo do seu sucessor, Fernando Haddad, e os que o rejeitaram. Em relação ao atual prefeito João Dória, muitos manifestaram uma esperança em relação a ele, principalmente por ter se posicionado distante da política e por apresentar um histórico reconhecido como administrador empresarial. Entretanto, durante seu primeiro ano de mandato, o atual prefeito não está correspondendo à expectativa da população da classe C/D, de acordo com os entrevistados, realizando atividades consideradas secundárias, como, por exemplo, a substituição dos grafites da avenida 23 de Maio pelo corredor verde.

Durante as entrevistas, foi possível perceber que no momento em que estão empregados, a percepção acerca de fatores políticos é positiva ou neutra, pois o emprego é associado à possibilidade de consumo; no momento em que a taxa de desemprego aumenta, o poder de consumo diminui e as condições políticas acabam sofrendo críticas mais negativas. Entretanto, o que costuma ser o centro das avaliações é o governo federal; a grande maioria dos entrevistados afirmou não sentir diferença em



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

suas vidas com as mudanças dos prefeitos paulistanos nestes últimos anos, resultando, como pudemos evidenciar na tabela 2 acima, em um certo descaso em relação às eleições municipais.

A relação entre o governo, no caso, da prefeitura, e assuntos como a educação, saúde e segurança é muito mais forte do que entre o primeiro e a possibilidade de consumo. Por mais que os novos direitos adquiridos sejam associados a novas políticas que possibilitam maior acesso ao crédito e controlem os preços dos produtos, a causa principal destes novos benefícios é atribuída à condição de estar empregado e, eventualmente, a um investimento relacionado ao ensino superior e a cursos técnicos. O acesso ao consumo está vinculado a uma conquista própria, proporcionada por condições político-econômicas favoráveis, mas fruto primordialmente do trabalho. “Eu cheguei aonde cheguei porque eu lutei, eu batalhei... Isso tudo que eu posso comprar agora é fruto do meu trabalho”, expõe um dos entrevistados.

Tendo o trabalho como principal garantia da possibilidade de um poder de compra maior e a figura do chefe como notável inspiração e representação de onde se quer chegar, torna-se compreensível o porquê de uma figura associada à gestão empresarial, como a do atual prefeito João Dória foi eleita. O voto direcionado a este não se deve a uma questão de ideologia política, mas sim de identificação com uma personalidade que representa as aspirações da nova classe média.

Conclusão

A nova classe média representa mais da metade da população paulistana e sozinha, portanto, é capaz de decidir as eleições municipais de São Paulo. Os novos direitos e poderes de consumo adquiridos nas últimas duas décadas representaram um grande fator de mudança na vida dessa parcela da população que passou a investir em educação, novos cursos, mas principalmente nas atividades de lazer, como restaurantes, cinema, parques, viagens, etc. Com a recente crise econômica que começou a afetar o Brasil em torno de 2008, alguns destes novos hábitos tiveram que ser reorganizados e, muitas vezes diminuídos ou até mesmo cortados, devido ao aumento do desemprego e da inflação.

Com base nas 32 entrevistas em profundidade realizadas com representantes da classe C/D de São Paulo, foi possível perceber que a luta para não perder estes novos direitos se mantém ativa, porém de uma forma diferente da que se imaginava inicialmente. Os entrevistados não demonstraram nenhuma lealdade a um partido ou político específico, mas sim um distanciamento em relação a assuntos que envolvam a política do país e da cidade, normalmente associados a corrupção e roubo. A ascensão ao



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

poder de consumo foi associada pelos entrevistados ao exercício do trabalho, sendo, portanto, uma conquista muito mais pessoal do que política. A partir desta perspectiva, estes elegem, portanto, os seus chefes de trabalho como ídolos e exemplos a serem seguidos, tanto em hábitos de consumo como em opiniões político-econômicas. A aquisição de produtos e experiências semelhantes aos de seus superiores os torna mais próximos destes, atuando como referência em questão de modelo de vida e valores. Assim sendo, o exemplo de cidadão ideal, bem-sucedido e até mesmo, político ideal, passa a ser o gestor, o gerente, o diretor, e não necessariamente o presidente da corporação, mas sim o superior imediato do indivíduo em questão.

No momento de eleição, os votos costumam já estar pré-determinados, separando-se em nulos ou brancos e em votos guiados por recomendações de algum parente ou conhecido que se envolve mais com o tema. Há um certo desinteresse em se informar a fundo sobre um candidato, sendo a informação divulgada por notícias rápidas, telejornais e os comentários de colegas as principais fontes de conteúdo sobre os concorrentes. A gestão do prefeito eleito não costuma ser fiscalizada, apenas quando assuntos polêmicos surgem, gerando discussões do dia a dia; as críticas à gestão da saúde, da educação e das condições de deslocamento e transporte passam a ser quase um ritual quando o tema é política. Os impactos mais percebidos no cotidiano pela nova classe média costumam estar ligados a 'políticas de síndico', como as manutenções de vias de transporte público.

A aquisição dos novos poderes de consumo influenciou bastante a vida da nova classe média, principalmente se tratando da questão do entretenimento. Entretanto, este fator, isoladamente, não influenciou no voto para prefeito em São Paulo, visto que tais direitos foram muito mais associados a uma melhora das condições econômicas do país e das oportunidades geradas em consequência, resultando em uma maior empregabilidade que favoreceu este novo poder. O campo da política, em geral, é visto como uma esfera à parte, responsável pela garantia de um ambiente propício para a ascensão econômica e social, mas esta ascensão em si é associada diretamente à meritocracia e ao esforço despendido para o aumento do poder de compra. Diante deste cenário de novas possibilidades, o investimento na educação se mostrou como um fator importante na vida da nova classe média, contribuindo para a ascensão em cargos de trabalho e para a manutenção do poder de compra. Entretanto, a saúde e a segurança ainda se mostram como elementos de maior importância, sendo priorizados em detrimento da educação em um momento de cortes de gastos.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Apesar da nova capacidade de consumo da classe C/D paulistana não ter influenciado diretamente seu voto, podemos perceber que houve sim uma mudança em relação ao voto ao longo destes últimos anos, principalmente quando olhamos para o aumento dos votos nulos e brancos e das abstenções. Tais votos não são efetivados como um protesto declarado à insatisfação da atual conjuntura político-econômica, mas sim como uma falta de identificação com partidos, políticos e ideologias, assim como uma desesperança em relação ao impacto que cada candidato irá gerar na sociedade; para esta parcela da população, os políticos governam para si, não importando, portanto, quem seja eleito de maneira geral. Dessa forma, este projeto abre margem para uma nova oportunidade de estudo para a compreensão dos votos nulos e brancos e das abstenções da nova classe média.

Referências

- ABDALA, Paulo. A nova classe média e a dialética do consumo. *REBELA*, v. 2, n. 2, out. 2012.
- ARENDRT, Hannah. *As Origens do Totalitarismo: antissemitismo, instrumento de poder*. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.
- BOBBIO, Norberto. *O futuro da democracia*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.
- BOBBIO, Norberto. *A Era dos Direitos*. Rio de Janeiro: Campus, 1992.
- BOSCHI, R. “A abertura e a Nova Classe Média na Política Brasileira: 1977-82”. *Dados*, vol.29, nº.1, p. 5-24, 1986.
- BOTTOMORE, T. B. *As Classes na Sociedade Moderna*. Rio de Janeiro, RJ: Zahar Editores, 1968.
- CAMPOS, Emmanuel de Sousa. *O comportamento eleitoral da nova classe trabalhadora no Rio Grande do Norte (2014): ideologia, avaliação de governo e voto*. Tese de Doutorado, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2016.
- CARREIRÃO, Yan de Souza. *A decisão do voto nas eleições presidenciais brasileiras*. Florianópolis: Editora da UFSC; Rio de Janeiro; Ed. FGV, 2002.
- DIARIOLIBERDADE. “Uma nota sobre a desigualdade social no Brasil”. 2017. Disponível em: <https://gz.diarioliberalidade.org/opiniom/item/122445-uma-nota-sobre-a-desigualdade-social-no-brasil.html>. Acesso em: 06/08/17.
- FERREIRA, Maria da Luz Alves; LOPES, Cássio de Souza; MACEDO, Luiz Antônio de Matos. O trabalho e outros aspectos da “nova classe média” brasileira. *CONINTER 3*, Salvador: UCSal, 2014, ISSN 2316-266X, n.3, v. 2, p. 609-624.
- FIGUEIREDO, Rubens. Opinião pública, intencionalidade e voto. *Opinião Pública*, volume II, n. 2, pp. 73-82, 1994.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

FUNDAÇÃO PERSEU ABRAMO. “A classe média nas eleições de 2006”. Boletim Periscópio. Edição 57, mai. 2006. Disponível em: <<http://www.perseuabramo.org.br>> Acesso em: 05 nov. 2016.

GUERRA, A. et al (orgs.). A classe média: desenvolvimento e crise. São Paulo: Editora Cortez, 2006.

MACHADO, Weverthon Barbosa. Voto e mobilidade social nas eleições presidenciais. PIBIC, CNPQ. UENF: Gramado, 2012.

MAGALHÃES, Suelen Figueiredo. As motivações para o voto em eleitores da cidade de Fortaleza. Universidade Federal do Ceará, Fortaleza: 2012.

MILLS, C. Wright. A nova classe média. Biblioteca de Ciências Sociais. 3ª edição. Zahar editores, Rio de Janeiro, 1979.

NERI, Marcelo C. A Nova Classe Média: O lado Brilhante da Base da Pirâmide. Rio de Janeiro, RJ: Saraiva. 2011.

NICOLAU, Jairo Marconi. História do voto no Brasil. 2. Ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

PASTORE, José e VALLE SILVA, Nelson do. (2000). Mobilidade social no Brasil. São Paulo: Makron Books.

PEIXOTO, Vitor e RENNÓ, Lúcio. (2011). Mobilidade social ascendente e voto: as eleições presidenciais de 2010 no Brasil. Opinião Pública, 17(2), 304-332.

ROCKMANN, Roberto. “Como a ascensão da classe C causou uma revolução social”. 2014. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/mais-admiradas/como-a-ascensao-da-classe-c-causou-uma-revolucao-social-2482.html>. Acesso em: 06/08/17.

ROMANELLI, G. Famílias de camadas médias: a trajetória da modernidade. Tese de Doutorado, USP, São Paulo, 1986.

SCALON, Maria Celi. (1999). Mobilidade social no Brasil: padrões e tendências. Rio de Janeiro: Editora Revan.

SCIRÉ, Cláudia D’Ipolitto de Oliveira. Consumo Popular, Fluxos Globais: Práticas, Articulações e Artefatos na Interface entre a Riqueza e a Pobreza. São Paulo: USP, 2009. 172 p. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, 2009.

SILVA, Lilian Lenite da; AMORIM, Wellington Lima. Um balanço teórico sobre a teoria da democracia deliberativa – As críticas de Joshua Cohen a Jürgen Habermas. Revista Interdisciplinar Científica Aplicada, Blumenau, v.4, n.1, p.140-159, Sem I 2010.

SILVEIRA, Flávio Eduardo. O Poder do Voto no Brasil. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1998

SOUZA, Jessé. A ralé brasileira: quem é e como vive. Belo Horizonte: UFMG Editora, 2009.

SOUZA, Jessé. “As eleições, a tolice e a maldade ou como 1% faz 99% de tolos”. 2014. Disponível em: <<https://www.sul21.com.br/opiniaopublica/2014/10/as-eleicoes-a-tolice-e-a-maldade-ou-como-1-faz-99-de-tolos-por-jesse-souza/>>. Acesso em: 18/02/18.