

A nova classe média e os novos consumos no processo de alteração do bairro de Campo Grande, Rio de Janeiro.

André de Almeida Soares¹

Resumo: Neste trabalho procura-se entender de que forma a nova classe média e os novos tipos e padrões de consumo podem interagir com as alterações estruturais, de investimento e serviço em uma localidade. De forma mais breve busca-se um levantamento da participação do capital social e humano no processo de mobilidade social. Apesar das considerações de cunho espacial e econômico, este trabalho se propõe primordialmente dissertar sobre as mudanças ocorridas no perfil social. Para além do estudo bibliográfico, será desenvolvido um trabalho com o uso de Censos como banco de dados principal para a análise de dados da economia, do comércio, do mercado imobiliário entre outros dados pertinentes. Antes de prosseguir, precisamos introduzir as ideias descritas no título deste artigo sobre o termo “nova classe média” e de que tipo de alteração do Bairro de Campo Grande esta se tratando.

Palavras-chave: Nova classe média; capital social; mobilidade social; estratificação social.

Termo amplamente utilizado na mídia e aceito na academia, a Nova Classe Média também pode ser identificada como a nova classe C, ou simplesmente classe C. Defendida por Marcelo Neri², o termo recebe diversas críticas, questionando desde seu método de desenvolvimento até mesmo a relevância em se chamar o grupo identificado de classe. Fato é que nos últimos anos o Brasil obteve uma grande ascensão social. O grupo a que Neri se

¹ Graduando em Ciências Sociais da Universidade do Estado do Rio de Janeiro – UERJ.

² NERI, Marcelo. Economista desenvolvedor da definição de nova classe média brasileira. Organizador da comissão para definição de classe média no Brasil.

refere, também defendido por Renato Meirelles³ como uma Nova Classe Média, tem suas definições baseadas principalmente em faixas de renda e prática de consumo. Na tese desenvolvida, são utilizados parâmetros estatísticos que identificam ascensão social do indivíduo por meio da migração entre os grupos de renda.

No entanto, neste trabalho, o termo Nova Classe Média será utilizado apenas para identificar de modo mais fácil a que grupo se refere, visto a ampla difusão do termo. Isto porque, apesar de o grupo abordado neste trabalho ser praticamente o mesmo descrito por Neri, se fará uma leitura mais próxima de Souza⁴, onde esta nova classe média não está inserida (quer por renda, quer por estilo de vida) no mesmo contexto de uma classe média tradicional. Em outras palavras, esta nova classe média não constituiria interação sólida ou apresentaria razoável comparação com a “antiga” classe média. Para Jesse Souza, seria esta uma nova classe trabalhadora⁵. Com definições de classe que abarcam muito além dos parâmetros da faixa de renda, além de Souza, nos valeremos das leituras de classe de Weber e Bourdieu.

A respeito dos conceitos de nova classe média e sobre seus consumos, nos debruçaremos mais a frente. Já sobre as alterações, tratam-se da rápida mudança do Bairro sob diversos aspectos: verticalização do bairro, estando muito aquém do encontrado em bairros da zona Norte e Sul, mas que apresentam mudanças significativas quando comparadas ao recente passado; crescimento em grande volume de investimentos do capital privado; investimentos em infraestrutura; maior presença de políticas públicas; mudança no padrão de construção e concepção de residência; ampliação da oferta de serviços e empreendimentos e presença de comércio de valor agregado incomum até então, compõe o que aqui se tratara como alteração do Bairro. Alteração que desperta curiosidade por mérito de sua velocidade, visto que o Bairro tem apresentado dados expressivos de mudança nos últimos 20 anos e ainda mais intensos nos últimos 5 anos.

³ MEIRELLES, Renato. Publicitário e Pesquisador presidente do Data Popular.

⁴ SOUZA, Jessé. Sociólogo e professor Dr. da Universidade Federal de Juiz de Fora.

⁵ Para Jesse Souza a classe trabalhadora ascendeu socialmente e portanto, o que se entende de nova classe média seria na verdade uma classe trabalhadora transformada. Utilizando de seus termos, localizada hierarquicamente acima da Ralé e abaixo da classe média.

A tentativa é verificar que paralelos se podem estabelecer entre a nova classe média ou nova classe trabalhadora e o desenvolvimento de uma localidade através do crescimento econômico. Campo Grande é o bairro de análise por apresentar uma típica mudança encontrada também em outros bairros e localidades emergentes da cidade do Rio de Janeiro e do Brasil, foi escolhido por talvez apresentar uma melhor nitidez do fenômeno de crescimento econômico ao passo de ser praticamente uma ilha de crescimento econômico no contexto da região onde se localiza.

Falando de nova classe média, estamos inevitavelmente tocando no tema da mobilidade social, trazendo à tona os argumentos de Bourdieu a uma breve reflexão da densidade da mobilidade social desenvolvida. Para isso, os conceitos de Capital Social e Capital Cultural podem contribuir para dialogar com argumentos de mobilidade baseados exclusivamente pelo aumento de renda e consumo.

Apesar da breve elucidação, se espera contribuir com a discussão do que pode ser dito sobre a prática social da nova classe média no espaço, e mais importante, olhar para como a identidade de nova classe e nova localidade se constroem mutuamente. Para entender a relevância e como isso vem acontecendo, vamos antes de qualquer discussão, contextualizar e apresentar passado e presente de uma localidade que tem se alterado rapidamente, neste caso estudado, o Bairro de Campo Grande na cidade do Rio de Janeiro.

Um breve histórico e a recente “explosão” de investimentos em Campo Grande

Localizado na Zona Oeste da cidade do Rio de Janeiro – RJ, Campo Grande é o Bairro mais populoso (328.370, CENSO 2010) da segunda maior cidade do País. Com área de 11.912,53 ha é geograficamente, o terceiro maior da cidade. Com uma estação ferroviária e um terminal rodoviário de transporte intramunicipal, intermunicipal e interestadual, Campo Grande sempre foi um bairro importante na região em que se encontra, sendo centralidade de serviços e comércio para aproximadamente dez bairros do entorno e para os municípios de Itaguaí e Seropédica. Porém, na escala de cidade, sua história é marcada por uma relação periferia-centro.

Constituído em 1878 com a inauguração da estação de trem de Campo Grande, começou a se urbanizar por volta da década de 1910. Se desenvolvendo através da citricultura, atendia a demanda de produção gerada pela primeira e segunda guerra mundial e esteve até 1939 entre os maiores produtores de laranja do país. Ainda no início do Século XX, o comércio crescia em torno da estação ferroviária, que contava com linhas de bonde elétrico, os quais levavam a outras localidades e ao interior do Bairro, dinamizando ainda mais a economia interna. Este crescimento, aliado às reformas urbanas de Pereira Passos, onde populações pobres do centro da cidade eram levadas a se descolar para a Zona Oeste, em 1932 já se estabeleciam 100 mil moradores. Mas com o fim da segunda Guerra Mundial veio a decadência da atividade citricultora. Ainda assim, Campo Grande era considerado parte da Zona Rural do município do Rio de Janeiro pelo IBGE até a década de 1960. Na década de 1970, já contando com rodoviária, Campo Grande passa a ter sua população superior a 200 mil habitantes e uma dinâmica diferente do espaço e da economia, com o loteamento de fazendas e sítios e a criação da Zona Industrial do Bairro. Assim como quase toda a área da Zona Oeste do Rio de Janeiro, Campo Grande tem ocupação muito recente e mais recente ainda é seu perfil urbano. O adensamento geográfico sem planejamento trouxe muitos problemas de infraestrutura, de saneamento, atendimento pelas redes de educação e saúde, o que foi mitigado com o tempo, mas que ainda é problemático no presente.

Por conta do seu tamanho espacial, Campo Grande sempre ofereceu (e ainda oferece) muitos terrenos a serem possivelmente explorados e especulados pelo capital. Podemos observar a partir deste histórico e contexto, que este Bairro sempre foi uma centralidade dentro de sua região, tanto pelo modo como foi construída sua história e sua dinâmica como polo econômico, como também pela necessidade de criar autonomia pelo distanciamento do centro da cidade (45 km). Também no presente, apesar de apresentar um desenvolvimento promissor, identificada sua origem urbana precária, é necessário distinguir sua identidade econômica e social no contexto da Zona Oeste. Diante das análises, não é dúvida que este é um Bairro central na Zona Oeste, tendo bairros e municípios, se não com total, parcial dependência de suas estruturas de serviço, comércio e transporte. Porém, quando falamos de Zona Oeste, se compreende falar de todos os Bairros desta região, por isso é preciso dizer que os Bairros do Recreio dos Bandeirantes, Barra da Tijuca e a região administrativa de Jacarepaguá (Zona Oeste), apresentam outro perfil, não sendo só independentes de Campo Grande estruturalmente, mas para além disto, mais desenvolvidos e socioeconomicamente

superiores. Esta distinção se faz tão importante que o instituto de economia da UFRJ desenvolveu extensiva pesquisa financiada pela Faperj, intitulada: *Desenvolvimento Econômico Local da Zona Oeste do Rio de Janeiro e seu entorno*, levando em consideração esta diferença e excluindo da análise as três regiões citadas.

Identificados os fatores históricos e espaciais, temos uma melhor capacidade de avaliar as proporções da recente mudança de Campo Grande. No ano de 2013 foi o bairro com maior índice de aumento no valor do imóvel para compra e para locação, estando, portanto, no topo em duas listas. Sobre os últimos 10 anos até o momento presente é possível dizer mais, o Porto de Itaguaí tem se expandido, dinamizando e atraindo novos negócios para a região, incluindo a instalação de novas indústrias. Um novo túnel (Túnel Vice Pres. José Alencar) permite acesso da região ao bairro do Recreio dos Bandeirantes, o que facilitou o acesso para os bairros tipicamente de classe média alta (Recreio dos Bandeirantes e Barra da Tijuca). Algumas vias importantes do bairro de Campo Grande foram alargadas e o projeto do BRT foi alterado em seu projeto original com a inclusão de estações em sua direção. O Arco Metropolitano e a presença do complexo esportivo Miécimo da Silva, maior da América Latina, utilizado nos jogos Pan Americanos, também são itens de destaque do lugar. Nos últimos 15 anos ocorreu a construção de 2 grandes *Shopping Centers*, nos últimos 5, mais de 10 novos condomínios. E ainda, surgimento de serviços diferenciados e novos prédios comerciais com segurança distinta. Sendo periferia e marcado por uma história de relação periferia-centro, apesar de não modificar esta relação, algo que vai além do prestígio pouco valoroso de seus superlativos e da rápida mudança de outros tempos, algo de diferente e muito importante parece estar ocorrendo ultimamente.

A localização dos novos empreendimentos, principalmente os comerciais, poderá reproduzir o modelo centro-periferia no bairro ao acabar destinando os espaços “requalificados” às pessoas de “qualidade”. Ilustra o que foi dito o fato de que temos presenciado, simultaneamente ao reforço da centralidade de Campo Grande, um crescente aumento do preço da terra acompanhado de seletividade ao acesso(...) Mas não foram identificados indícios suficientes para caracterizar uma inversão do padrão centro-periferia envolvendo a presença de atividades características das áreas centrais como sedes de empresas e serviços especializados ou equipamentos públicos e privados capazes de inverter os deslocamentos e as interações do centro para a periferia, delineando assim em Campo Grande um reforço da centralidade que pode ser interpretada ao mesmo tempo como renovada e periférica (NACIF, Cristina Lontra; ANTUNES, Gisele Teixeira).

O trecho anterior se refere a algo talvez ligado a uma acessão de status do lugar, um status promovido por seus investidores a fim de criar valor de mercado, ou de outra forma a

uma reivindicação de parte de seus moradores. Mas esta é outra questão que não poderá ser aprofundada aqui, por conta de sua dimensão. Para olhar a mudança de forma mais sintética e prática, vamos relativizar Campo Grande com outros Bairros da cidade e em relação à própria cidade ao longo do tempo.

Moradores em Domicílios particulares permanentes - Classes de rendimento nominal mensal da pessoa responsável pelo domicílio (salário mínimo)												
	POPULAÇÃO			ATÉ 1			MAIS de 3 à 5			MAIS de 15 à 20		
	2000	2010	%	2000	2010	%	2000	2010	%	2000	2010	%
Rio de Janeiro	5.807.426	6.105.171	5,1	526.710	1.155.071	119,3	920.624	158.771	-82,8	296.836	684.455	130,5
Campo Grande	296.414	319.190	7,6	28.026	61.463	119,3	52.762	2.447	-95,4	8.592	43.858	410,4
Lagoa	18.588	20.343	9,4	36	205	469,4	645	3.771	484,6	2.087	1.092	47,7
Penha	72.492	76.047	4,9	8.975	17.084	90,4	12.080	341	-97,2	2.249	8432	274,9

Tabela 1.

Fonte: Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, Censo Demográfico, 2000 e 2010. Adaptado por mim.

Número de Estabelecimentos por atividade Econômica												
	Comércio varejista			Ensino			Serviços médicos, odontológicos e veterinários			Construção Civil		
	2000	2010	%	2000	2010	%	2000	2010	%	2000	2010	%
Rio de Janeiro*	30.665	34.893	13,8	2.794	3.426	22,6	8.181	9.337	14,1	3.133	3.500	11,7
Campo Grande	1.324	1.872	41,4	112	190	69,6	274	336	22,6	48	119	147,9
Lagoa	52	43	-17,3	19	18	-5,3	47	39	-17,0	9	4	-55,5
Penha	513	529	3,1	27	27	0,0	75	79	5,3	29	49	69,0

Tabela 2.

Fonte: Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, Censo Demográfico, 2000 e 2010. Adaptado por mim.

Podemos verificar a partir dos dados que Campo Grande cresce economicamente ao mesmo tempo em que concentra renda em um ritmo maior ao da própria cidade. Comparado a outros bairros de diferentes regiões, porém com crescimento populacional próximo no período, Campo Grande também mostra destaque. Na tabela 2, é possível supor o aumento do consumo, tanto em relação ao comércio, quanto aos serviços. De acordo com a tabela 1, a renda no bairro subiu mais que a média da cidade, diminuindo o contingente das rendas menores e aumentando as de maior renda. As figuras a seguir ilustram através do aspecto visual qual tem sido a nova proposta do capital privado para o local.

Figura 1.



Duas imagens superiores: Fachada e projeção aérea do novo empreendimento comercial, Plaza Office. O local abriga consultórios, escritórios e salas comerciais. Duas imagens inferiores: Projeção aérea e área gourmet do *Shopping center* da Multiplan, Park Shopping Campo Grande.

Figura 2.



Imagem à esquerda: Modelo comum de construção de habitação por empreiteiras no bairro de Campo Grande, casas construídas em loteamento planejado. Imagem à direita: Condomínio fechado, Jardim Europa. Novo modelo predominante de construção residencial.

Como em muitos outros bairros da cidade do Rio de Janeiro, o comércio e os serviços eram desenvolvidos tradicionalmente em determinadas ruas, o que há décadas atrás eram feiras livres e se transformaram nos conhecidos, *calçadas*. De modo geral o comércio se expandia até pouco tempo em espaços públicos: ruas, praças e pequenos prédios de poucos andares. Atualmente, o *Shopping Center* e grandes centros comerciais têm feito parte do que podemos chamar de “novo aspecto” do Bairro. Em 2012, mais que dobrou a quantidade de salas de Cinema. A construção de residência por grandes empreiteiras não é novidade nesta região, mas o modelo arquitetônico e de estilo de vida residencial mudou, de modo a ser comparado com construções típicas de bairros mais abastados como Barra da Tijuca e Recreio dos Bandeirantes. O modelo condomínio-clubes⁶ é quase uma unanimidade.

Campo Grande tem tido seu espaço alterado em ritmo acelerado, novos empreendimentos podem ser vistos a todo momento, o tempo de deslocamento dentro do Bairro aumentou bruscamente por conta de constantes congestionamentos de veículos. A mudança é grande, mas temos que ponderar. O suposto “enobrecimento” via investimento de capitais, não deixa margem para uma comparação de igualdade com Bairros de moradores tipicamente de classes altas. Bairros de cotidiana atenção do Estado, há tempos desejada. Ao mesmo tempo, não parece ser uma simples mudança condicional ou impulsionada por um mercado específico como em meados do século XX ocorreu com a monocultura da laranja. É uma estrutura que se altera. Por esta perspectiva, a emergência se assemelha à contemporânea emergência socioeconômica da sociedade brasileira, onde pobres emergem à classe média e classes médias à classe alta. Constatadas as mudanças estruturais do Bairro, seguimos a realizar um possível paralelo desta nova classe média, seu perfil e consumo com o novo perfil e as novas ofertas do Bairro de Campo Grande. Mas para isso, olhemos um pouco mais para a questão de classe e da nova classe média.

⁶ Condomínios que oferecem um determinado tipo de estrutura interna: Piscina, churrasqueira, playground, salão de festas, sauna, salão de jogos, academia e em alguns casos transporte próprio.

O conceito de nova classe média e os novos consumos

Para Marx, parte da relação com os meios de produção; para Weber, depende de como se dá a relação dos indivíduos com o meio social; e para Bourdieu, é definido basicamente por três diferentes tipos de capital. Esta é a classe. Conceito de ampla discussão nas ciências humanas e sociais, a classe social ganha diferentes perspectivas na academia, mas para o economista Marcelo Neri (2008), foi usando principalmente faixas de renda como parâmetro para definição que tornou-se possível difundir o conceito de nova classe média brasileira, onde indivíduos de classes inferiores ascenderam à classe superior, neste caso, a Classe C ou mais usualmente chamada pelo autor “nova classe média”.

Dados apresentados no trabalho de Neri comprovam a expansão do consumo e o crescimento do emprego formal, além da diminuição da desigualdade medida pelo índice de Gini. Na mesma leitura, constatamos a ascensão social de milhões de brasileiros e a partir daí, Neri desenvolve seus argumentos sobre uma nova classe média, classe que está não só consumindo em maior quantidade, mas de forma diferente. A pirâmide social estaria sofrendo uma alteração positiva e a base desta pirâmide passa agora para o meio, ou seja, a classe média a partir da observação do autor passa a compor a maior classe brasileira. De acordo com a Comissão para Definição da Classe Média no Brasil, organizada pela SAE (Secretaria de Assuntos Estratégicos), órgão do governo federal, a partir de 2012, a classe média brasileira seria composta por indivíduos em famílias de renda per capita entre R\$ 291 e R\$ 1019. Neri não contou apenas com uma definição de renda, mas trabalhou com dados do PNAD (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio) e PME (Pesquisa Mensal de Emprego⁷). Para enriquecer a discussão sobre outros aspectos da nova classe média, contaremos com o auxílio da análise de Bomeny:

É possível dizer que a sociedade caminhou progressivamente do frango ao avião (...). A metáfora do frango ao avião sinaliza também a diferença que se confirmou entre um e outro governo. Saindo da sobrevivência com acesso à comida mais farta, a possibilidades de compra de materiais de construção, da aquisição e construção de casas, ainda que em espaços não adequados, irregulares, a população excluída começa a experimentar o sentido da existência (BOMENY, 2011).

⁷ Pesquisa feita em algumas regiões metropolitanas do Brasil.

A alteração no tipo de consumo também pode ser vista como identitária desta nova classe. Mais que novo, é um consumo inédito, se não pela estreia, pelo volume. Somada à nova faixa de renda e aos novos hábitos de consumo, a nova classe média é entendida por sua definição como uma classe média que se renova em seus hábitos e estilo de vida. E é neste sentido que autores como Souza e Bomeny questionam tanto a idéia de nova, como de classe. Não existira comparação possível com uma classe média tradicional, sendo esta a chamada nova classe média ou Classe C, uma reformulação de um grupo mais amplo. Mas antes de entender melhor o conceito de nova classe trabalhadora, retornemos aos conceitos de classe de Bourdieu e dos clássicos.

Só parecerá confuso tentar entender a definição de classe média por Neri a partir das definições mais clássicas da sociologia. Diferente de uma definição a partir da mediana⁸, para Marx, em O Manifesto Comunista, classe remete a uma relação com os meios de produção, a qual varia conforme a posição no meio produtivo. Aproximando o conceito de classe média do autor, poderíamos dizer que é algo entre a burguesia e o proletariado. Mas além disso, para Marx a identidade de classe não está restrita ao caráter econômico, pois constituir uma classe passa por uma consciência de classe, portanto, por uma organização política, uma associação. Já para o clássico da sociologia, Max Weber, não existiria necessariamente uma organização como a defendida por Karl Marx. Dito de forma bem simplificada, para Weber os indivíduos tem motivações divergentes e se estabelecem enquanto classe a partir de uma similaridade de situação de mercado.

Autor da contemporaneidade, Bourdieu cria o elemento do *habitus* para definir classe, o que para além da relação de produção ou mercado seria o gerador das práticas classificáveis, ajudando a distinguir a classe por meio das rerepresentações sociais. Nas palavras de Hebe Oliveira⁹, “O que distingue as grandes classes de condição de existência são as diferenças primárias que tem origem no volume global de capital, composto pelo capital econômico, capital social e capital cultural”. O conceito de capital social vem a contribuir como fator de mensuração da posição social do indivíduo e em última análise de identificação de classe. O capital social¹⁰ não é variável apenas em quantidade, mas em qualidade. A partir dessa

⁸ Posição onde metade dos valores estão acima e outro abaixo.

⁹ Mestre pela universidade do Estado do Rio de Janeiro.

¹⁰ Além de Bourdieu consultar análise do conceito explorado por PUTNAM, Robert.

observação, o capital social pode ser utilizado para se transformar em capital econômico e o mesmo tipo de transformação, porém de forma diferente, também ocorre com o capital cultural (BOURDIEU, 1989). O capital cultural, que envolve, entre outros aspectos, a educação formal, fecha um triângulo de capitais identitários de classe. Através de Bourdieu, entender a mobilidade ocorrida no fenômeno da nova classe média, passa por observar a solidez destes três aspectos. Do contrário, partindo apenas do princípio de uma mudança no estrato por meio do consumo e da renda, constataremos uma mobilidade frágil, se não enganosa. Para o autor, nem todo deslocamento no espaço social configura ascensão social, e podem, por exemplo, ocorrer transformações morfológicas de um determinado grupo, sem isto representar mobilidade.

Apesar da contribuição de grande valor de Bourdieu, não partiremos de seus conceitos para tentar explicar a recente ascensão social brasileira de modo diferente de Neri. O termo de Jesse de Souza, “nova classe trabalhadora” se aproxima melhor do que é entendido como uma nova classe média. Dos autores citados nos parágrafos anteriores, Weber parece estar mais próximo da perspectiva de Souza, já Marx apresenta uma perspectiva que se distancia muito da proporção de identidade que a classe pode assumir no mundo contemporâneo¹¹. O perfil do “novo batalhador brasileiro” (SOUZA, 2012) corresponde às descrições da população socialmente ascendente, em Neri, à classe média, em Jessé Souza, à nova classe trabalhadora. A diferença fundamental entre os dois termos, para além das mudanças de aspectos econômicos, de renda ou consumo, é o destaque sobre o plano da Subjetividade (Fundamental no conceito sociológico de classe), destacando uma nova estética, uma nova psicologia e um novo estilo de vida em todas as dimensões, tudo isso sem deixar de considerar o histórico de vida da coletividade. De um recente passado ainda mais sofrível, a nova classe trabalhadora tem por uma de suas características a perseguição exaustiva por viver melhor, ou “subir na vida”. Incluídos pelo capital e hierarquicamente acima das classes mais baixas do estrato, os novos batalhadores não teriam qualquer identidade de classe média, entendendo que aqui, o termo *classe média* trata das camadas sociais tradicionalmente intermediárias entre ricos e pobres no Brasil. O que de fato ocorre é o aumento da complexidade da pirâmide social. Dizer apenas que a classe média inflou numericamente é simplista e negligencia a diferença da classe há tempos estabelecida em relação ao recente grupo.

¹¹ Ver BAUMAN em Modernidade Líquida.

Elemento central na cultura contemporânea, o consumo também ganha papel importante de diferenciação e distinção entre classes e grupos (BOURDIEU, 2006), uma linha de pensamento que entende o consumo como mecanismo de distinção simbólica. Segundo Canclíni, “a lógica que rege a apropriação dos bens enquanto objeto de distinção não é a da satisfação de necessidade, mas sim a da escassez desses bens e da impossibilidade de que outros os possuam” (CANCLÍNI 1999). Neste contexto, a nova classe trabalhadora não foge à regra, mas aí se incluem outros elementos. “Consumo, muitas vezes para classe C é esquecer o passado de pobreza” (MEIRELLES, 2014). Aproveitando outra análise de Meirelles (que compactua das argumentações de classe de Neri), podemos dizer sob um filtro adaptado da ótica de Souza, que a nova classe trabalhadora estava motivada por uma lógica de consumo de inclusão. Portanto a lógica da exclusividade estaria mais restrita à classe média tradicional. De forma exemplificada, usar avião como transporte; adquirir os mais variados e modernos eletrônicos; freqüentar restaurantes; consumir turismo; fazer uso de automóvel particular entre outras coisas faz parte da demonstração da melhora de vida, prova da inclusão da social em uma escala mais acima do estrato.

Dadas as demandas desse novo grupo, crescente não somente no Brasil, mas em escala global¹², pode o capital privado estar tentando atender a estas demandas, tanto do ponto de vista do consumo, quanto de outros aspectos.

Um “novo bairro” e uma “nova classe”: possíveis paralelos.

Talvez possamos supor que o bairro de Campo Grande passou a representar uma localidade de emergência econômica (estrutura dos aparelhos do bairro), onde sua posição pareça próxima à ocupada no espaço social pelo grupo identificado como “nova classe média”. De forma rasa, seria dizer que Campo Grande cresceu economicamente o suficiente pra não ser mais considerado um bairro restritamente popular, mas permanece periférico, extremamente distante de estruturas completamente centrais e ainda abaixo de bairros bem estruturados. Enquanto a “nova classe média” representa uma população que ascendeu socialmente o suficiente para não mais ser considerada pobre, mas que permanece muito distante da elite e ainda abaixo da classe média tradicional.

¹² SOUZA reconhece que há um crescimento de classe média em nível global.

Os novos empreendimentos e serviços e o novo comércio do bairro, parecem “vender” a idéia de um bairro exclusivo e que agora passa a oferecer as mesmas estruturas de bairros tradicionalmente de classe média, o que pode ser ilustrado por uma propaganda em *Outdoor* do bairro: “*Não, você não está na Barra. Restaurante ‘X’ em endereço em Campo Grande*”. O argumento de nova classe média de Neri parece ter a mesma inspiração publicitária. Esta indicação se apóia na constatação da mistura do conceito tradicional de classe social na sociologia, com os argumentos estatísticos de ascensão social. Assim, arbitrariamente são promovidas milhões de pessoas na sociedade brasileira, lhes atribuindo uma identidade de classe que na maioria dos casos, não confere com a realidade. É preciso deixar claro, que não estamos excluindo a possibilidade de consistente mobilidade social entre os ascendentes. No ambiente natural ao marketing e a publicidade, as vendas dos novos imóveis e serviços em Campo Grande, adotam, por outro lado, um argumento de classe. O mesmo que argumentar que as idéias de classe e a instigação promovida pelo mercado econômico se misturam, construindo mutuamente um novo bairro para uma nova classe, mas com argumentos e identidade de outro tipo de bairro e de outra classe social. Já sobre os consumidores das novas estruturas ofertadas e a autodeterminação de identidade social, futuramente serão trabalhados.

Mesmo sendo possível coletar dados da renda do morador de Campo Grande, onde pelas definições do SAE obteríamos seguramente uma população com mais de 80% composta pelas classes A, B e C, neste trabalho ainda não é possível determinar com toda segurança a identidade social ou a classe (perspectiva clássica da sociologia) predominante no Bairro de Campo Grande. Porém, assim como outras regiões da cidade e do País, tudo leva a crer que o Bairro se tornou um bairro de concentração de população ascendente socialmente, uma concentração da nova classe trabalhadora. Como já dito diversas vezes, o consumo e o estilo de vida desta população ascendente, mudaram. Partindo da hipótese que o bairro concentra este novo grupo ou esta nova classe, sua estrutura espacial também se altera para atender tal demanda localmente, o que não pode ser confundido em dizer que uma possível concentração de perfil estimulou o investimento do capital privado. Neste sentido, diversas são as possibilidades: atratividade de indivíduos com determinado perfil para região por estabelecimento dos investimentos e crescimento econômico ou mesmo a existência de dois movimentos conjuntos; estímulo do capital por população já estabelecida que veio a ascender; e atratividade de populações de outras localidades por conta do investimento. Voltando ao dado citado anteriormente (mais de 80% em classes A, B e C), a definição do SAE e o ponto

de vista de Neri e Meirelles não nos parecem razoáveis, por esse motivo não foram desenvolvidas.

É instigante tentar entender como esta mudança de perfil se alterou por meio do crescimento do capital social e cultural. O crescimento da renda já é bastante claro, mas a solidez deste processo depende disso. Por conta da necessidade de extensiva pesquisa, esta questão ficara aqui, em aberto. Mas só assim conseguiremos realmente entender se existe uma mudança que estabelece uma corrida (conforme descreve Bourdieu no trecho a seguir), ou apenas um simples aumento de renda e consumo. Voltando ao estudo de caso, significa dizer que o crescimento econômico de uma localidade da mesma forma pode não ser consistente.

Segue-se que todos os grupos comprometidos na corrida, qualquer que seja a fila, só podem conservar sua posição, sua raridade e sua fila, com a condição de correrem para manter a distância em relação àqueles que os seguem imediatamente e, assim, com sua diferença, ameaçarem aqueles que os precedem; ou sob outro aspecto, com a condição de aspirarem a ter o que os grupos situados logo à frente detém no mesmo instante e que eles próprios obterão embora em um período ulterior (BOURDIEU, 2006).

Considerações Finais

Após observar os investimentos do capital privado e o papel do Estado no processo de mudança do lugar, sem deixar de considerar o contexto histórico e espacial, se procurou analisar a interação da nova classe média e seus novos consumos com a mudança percebida no Bairro. É uma tentativa, portanto, de entender como esta nova classe média absorve estas mudanças e em outra direção, como o mercado privado e o Estado parecem perceber esta nova classe especialmente nesta localidade. Para enriquecer a discussão sobre aspectos desta nova classe e questões relacionadas à mobilidade da mesma, sob duas linhas teóricas de contribuição ao processo de mobilidade social, a do Capital Social e do Capital Humano, é preciso tentar entender como cada uma pode contribuir para uma real mudança no estrato social. A alteração do Bairro de Campo Grande estabelece um relacionamento com um suposto novo perfil social dos indivíduos que ali residem. Tipos de serviço, comércio e lazer antes oferecidos em bairros identificados como de classe média alta, aumentam sua oferta a cada dia no próprio Bairro. É simplista dizer que Campo Grande se alterou basicamente por

meio de seus investimentos do capital privado e investimentos do Estado, não é apenas a única mudança, como também não pode ser conclusivo que seja a mais significativa. A interação da nova classe média com a nova estrutura oferecida permite levantar questionamentos importantes em relação a sua participação e uso do que é oferecido.

No desenvolvimento de monografia de graduação, sendo utilizado o recurso de entrevistas, este estudo será futuramente aprofundado, especialmente a fim de detalhar a relação dos indivíduos desta nova classe com o meio, a partir de suas relações de consumo e simbologias atribuídas à “própria classe” e ao Bairro, logo, uma análise de identidade. O trabalho de monografia pretende desenvolver ao final, hipóteses que ajudem na reflexão de outros questionamentos: Que novas impressões e projeções são geradas sobre Campo Grande? Há indícios que esta mudança promova “expulsão” das classes mais baixas para fora do lugar alterado? Neste estudo de caso, a mobilidade social é positiva amplamente?

Referências:

BOMENY, Helena. Do frango ao avião ou o que é possível dizer sobre a nova classe média brasileira?. 2011, Rio de Janeiro: **Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil – FGV.**

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico.** 1989, Rio de Janeiro: DIFEL.

_____ A Distinção: **Crítica social do julgamento.** 2006, São Paulo: Zahar.

CAMPBELL, Colin; BARBOSA, Livia (Orgs). **Cultura, consumo e identidade.** 2006, Rio de Janeiro: FGV.

CANCLÍNI, Nestor Garcia. **Consumidores e Cidadãos: Conflitos multiculturais da globalização.** 2008, Rio de Janeiro: Zahar.

JESSE, Souza. **Os Batalhadores brasileiros: Nova classe média ou nova classe trabalhadora.** 2010, Belo Horizonte: UFMG.

LEMOS, Ana H. Costa; DUBEUX, Veranise J. Correia; PINTO, Mario C. Soares. Educação, empregabilidade e mobilidade social: convergências e divergências. 2009, Rio de Janeiro: **CADERNOS EBAPE. BR**, v. 7, nº 2, artigo 8.

MEIRELLES, Renato. Sobre comportamento de consumo emergente no Brasil. VIDEO. Disponível em: <[Http://tvbrasil.ebc.com.br/espacopublico/episodio/espaco-publico-recebe-renato-meirelles](http://tvbrasil.ebc.com.br/espacopublico/episodio/espaco-publico-recebe-renato-meirelles)>. Acesso em: 05/10/2014.

MILANI, Carlos. Teorias do Capital Social e Desenvolvimento Local: lições a partir da experiência de Pintadas (Bahia, Brasil), 2003. San José: **IV Conferencia Regional ISTR-LAC**.

MULS, Leonardo Marco. Desenvolvimento Local, Espaço e Território: O Conceito de Capital Social e a Importância da Formação de Redes entre Organismos e Instituições Locais. 2008, Brasília: **Revista Economia**.

NACIF, Cristina Lontra; ANTUNES, Gisele Teixeira. Centro Funcional de Campo Grande no início do século XXI: centralidade renovada ou periférica?. 2010, São Paulo: **Cad. Metrop.** v. 12, n. 23, pp 105 -123.

NERI, Marcelo Cortes (Coord). **A nova classe média**. 2008, Rio de Janeiro: FGV/IBRE.

OLIVEIRA, Hebe de Souza. A nova classe média para além da renda. 2011, Caxambu: **35º Encontro anual da ANPOCS**.

PORTES, Alejandro. Capital Social: Origens e aplicações na sociologia contemporânea. 2000, **Sociologia, Problemas e Práticas**, n 33, PP 133-158.

RIBEIRO, Carlos Antonio C. Estrutura de classes, condições de vida e oportunidades de mobilidade social no Brasil. In: **Origens e Destinos: Desigualdades sociais ao longo da vida**. 2003, Rio de Janeiro: Topbooks.

_____ Carlos Antonio C. **Estrutura de classe e mobilidade social no Brasil**. 2007, Bauru: EDUSC.

ROVERE, Renata Lebre (coord). Desenvolvimento Econômico Local da Zona Oeste do Rio de Janeiro e de seu Entorno. 2009, Rio de Janeiro: Projeto FAPERJ no E-26/110.644/2007.

SECRETARIA DE ASSUNTOS ESTRATEGICOS. Comissão para definição da classe média no Brasil. 2009, Brasília.

SILVA, Michele Sousa. Do “sertão” à Urbanização do bairro Campo Grande- Rio de Janeiro: uma análise dos impactos socioambientais, 2013, Lima: **EGAL – Encontro de Geógrafos da America Latina.**

SOBRINHO, Guilherme G. F. Xavier. “Classe C” e sua alardeada ascensão: nova? Classe? Média?. 2011, Porto Alegre: **Indic. Econ. FEE**, v. 38, n. 4, pp. 67-80.

Textos retirados de Internet:

Disponível em: <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/2010/10/novo-projeto-da-transoeste-aumenta-custos-em-mais-de-r-100-milhoes.html> Acessado: 10/08/2014

Disponível em: <http://veja.abril.com.br/250608/entrevista.shtml> Acessado em 11/08/2014