



Ano 4 | # 2 | edição semestral | dezembro de 2012

Revista editada pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – Intercom

## A compreensão da leitura do jornalismo econômico pela baixa renda de São Paulo, Capital

Bruno De Oliveira STUCCHI<sup>1</sup>  
 Gustavo Luiz Cruz ALVES<sup>2</sup>  
 Maria de Lourdes BACHA<sup>3</sup>

### RESUMO

O objetivo deste artigo é analisar a compreensão da leitura de notícias de jornalismo econômico pelo consumidor da baixa renda residente em São Paulo, Capital. O estudo se justifica pela importância do segmento baixa renda no Brasil e pela ausência de trabalhos focados neste tema. O artigo inicia com breve revisão bibliográfica, seguida da apresentação dos resultados da pesquisa empírica qualitativa. Foram entrevistados em profundidade 6 indivíduos residentes na cidade de São Paulo, selecionados por amostragem não probabilística, por conveniência. Os resultados mostram dificuldades na leitura e na compreensão de termos como juros, inflação, cheque especial e empréstimo pessoal.

**PALAVRAS-CHAVE:** compreensão da leitura, jornalismo econômico, consumidor baixa renda.

### INTRODUÇÃO

O objetivo deste artigo é analisar a compreensão da leitura de notícias de jornalismo econômico pelo consumidor da baixa renda residente em São Paulo, Capital.<sup>4</sup> As políticas focadas em estabilização da moeda e diminuição da desigualdade, no Brasil na última década fizeram emergir uma fatia de mercado até então reprimida pelo consumo. O aumento de empregos formais, o acesso ao crédito, a elevação da renda, aliados aos incentivos do governo como o programa Bolsa Família, produziram o fortalecimento do consumo na população de baixa renda. Há várias justificativas para a escolha do tema: de um lado, a importância do segmento baixa renda no Brasil (CHAUVEL, MATTOS, 2008; SOUZA, LAMOUNIER, 2010). De outro, a

<sup>1</sup> Jornalista pela Universidade Presbiteriana Mackenzie.

<sup>2</sup> Jornalista pela Universidade Presbiteriana Mackenzie.

<sup>3</sup> Docente e Pesquisadora do CCL - Universidade Presbiteriana Mackenzie.

<sup>4</sup> A notícia escolhida foi “Taxa nos juros do cheque especial sem alteração”, publicada no dia 10 de julho de 2012, por Bruno Bocchini; no Diário de S.Paulo.

transformação da pirâmide social brasileira em losango, como resultado de política monetária e econômica, a partir do Plano Real, que resultou na incorporação de milhões de brasileiros no mercado de trabalho e no consumo. Atualmente estima-se que a participação da baixa renda (também referida como classes socioeconômicas C e D ou base da pirâmide) seja de 78% do total da população brasileira. Nos últimos anos, observou-se a ascensão de milhões de brasileiros das classes D e E para a classe C. Com essa migração, a classe C passou a ser a maior do País, com mais de 101 milhões de pessoas, representando 53% da população total, total que poderá atingir 58% em 2012 (CETEM BGN, 2011). A Fundação Getúlio Vargas considera como família de classe média (classe C) aquela que tem renda mensal entre R\$1.064 e R\$ 4.591. A elite econômica (classes A e B) tem renda superior a R\$ 4.591,00 enquanto a classe D (classificada como remediados), ganha entre R\$ 768,00 e R\$ 1.064,00. A classe E (pobres), por sua vez, reúne famílias com rendimentos abaixo de R\$ 768,00 (CENTRO DE POLÍTICAS SOCIAIS DA FGV CPS/IBRE/FGV, 2011; PASSOS, 2011).

Atualmente, a participação da classe C é estimada em 48% da renda nacional, com 54% do total da população (DATAPOPULAR, 2012). Este segmento tem apresentado mudanças nos seus padrões de consumo, graças ao crescimento da renda e da oferta de crédito, com presença em shopping centers, a troca do ônibus pelo avião em suas viagens de lazer e até substituiu itens da cesta básica do supermercado por carnes e cosméticos, antes artigos de luxo. Os gastos com móveis, eletrodomésticos e utensílios para o lar foram os que mais cresceram. Além disso, está atento ao movimento digital, pois o computador está presente em 34% dos domicílios (PASSOS, 2011). Finalmente, do ponto de vista acadêmico, a revisão da literatura revelou que, nos últimos anos, a baixa renda tem sido um tema amplamente discutido nos círculos acadêmicos, no entanto trabalhos sobre o tema em questão têm sido mais raros apontando uma lacuna apesar das evidências que demonstram a importância do tema na sociedade e no consumo.

## REFERENCIAL TEÓRICO

No referencial teórico de economia optou-se por subdividi-lo em três tópicos: emprego/desemprego, juros e inflação, de forma a auxiliar no entendimento dos conceitos básicos da economia que nortearam a elaboração deste trabalho. A percepção que se tem da economia é que seu objetivo principal é fazer com que os indivíduos consigam administrar seus recursos escassos e finitos para conseguir melhores condições de sobrevivência. (TROSTER; MOCHÓN, 2006)

De acordo com Sandroni (1999), a definição de emprego refere-se à pessoa que exerce uma função, cargo ou ocupação remunerada dentro de uma empresa, seja ela privada ou pública. Dentro de um sistema econômico, a quantidade de emprego disponível depende da produção, da tecnologia utilizada e da política econômica do governo e das empresas. Especificamente na economia de mercado brasileira, existem três categorias de classificação: empregadores, empregados e trabalhadores autônomos.

Empregadores e autônomos são aqueles que dispõem de recursos próprios ou tomados por empréstimos, que permitem a eles empregar outras pessoas. Já aos empregados, que não precisam de recursos próprios, basta apresentar capacidade de trabalho e que algum empregador o contrate.

Considerado um dos mais graves problemas a ser enfrentado (TROSTER; MOCHÓN, 2006) pelas economias modernas, o desemprego é definido como uma “situação de ociosidade involuntária em que se encontram pessoas que compõem a força de trabalho de uma nação” (SANDRONI, 1999, p. 168). A desocupação se caracteriza em quatro tipos principais:

- Desemprego sazonal: aparece em determinadas épocas do ano, como no setor agrícola, em que o emprego está condicionado aos períodos de plantio e colheita;
- Desemprego friccional ou normal: ocorre quando o trabalhador sai de um emprego em busca de outro melhor; quando a empresa passa por uma crise e demite funcionários; ou porque os novos trabalhadores ainda não encontraram vagas;
- Desemprego cíclico: mais recorrente em recessões econômicas, está ligado às flutuações da economia. Quando as taxas de produção diminuem, o desemprego aumenta, e o inverso também acontece;
- Desemprego estrutural ou tecnológico: causado principalmente pelo avanço da tecnologia em determinados setores da economia e pela falta de qualificação técnica dos empregados. Um exemplo é a substituição de trabalhadores por colheitadeiras nas plantações.

Caracteriza-se inflação por um aumento contínuo e generalizado dos preços, que resulta em uma perda ininterrupta do poder aquisitivo da moeda (SANDRONI, 1999). Neste trabalho foram destacados três tipos principais desse fenômeno:

- Inflação de custos: processo gerado ou impulsionado pela elevação dos custos de produção, com destaque para as taxas cambiais, de salários, dos juros ou dos preços das importações;
- Inflação de demanda: ocorre pela expansão dos rendimentos, ou seja, quando os meios de pagamento se elevam além da capacidade produtiva da economia. Assim, os preços e os rendimentos em geral aumentam, criando um processo de elevação em cadeia: quanto mais os preços se elevarem, maior será o aumento do todo;
- Inflação reprimida, contida ou oprimida: se qualifica por uma taxa de acréscimo dos preços inferior à taxa de expansão do meio circulante. Ocorre em consequência de controles governamentais bem sucedidos.

No Brasil, o índice oficial que mede a inflação é o IPCA (Índice de preços ao Consumidor Amplo), medido pelo IBGE. Os dados mais recentes mostram que a inflação está acima da meta estipulada pelo governo, que é de 4,5% ao ano. Em outubro, o IPCA atingiu 5,45% ao ano, se afastando quase um ponto percentual da meta estabelecida pelo governo.

Define-se juro como a quantia a ser paga ao dono do capital emprestado, pelo tomador (SANDRONI, 1999). São as principais modalidades: juro bancário: taxa cobrada perante as operações feitas por clientes, como cheque especial, capital de giro, empréstimo pessoal, entre outros; juro nominal: taxa correspondente a um empréstimo ou financiamento, incluindo a correção monetária da quantia emprestada; juro real: princípio semelhante ao juro nominal, porém sem a correção monetária referente ao empréstimo; juro de mora: corresponde à taxa a ser paga decorrente de atrasos na quitação das dívidas. A taxa básica de juros da economia brasileira é a SELIC, que serve de referência para as outras taxas de juros existentes. Quem decide seu índice e seu viés é o Comitê de Política Monetária (COPOM) do Banco Central, que composto pelo presidente do Banco e seus sete diretores. Atualmente a SELIC está em 7,25% ao ano, o patamar mais baixo de sua história.

Com relação ao jornalismo econômico, desde o final do século XIX e começo do século XX alguns jornais brasileiros começaram a apresentar colunas diárias e semanais de temas econômicos. Após o golpe militar de 1964, a cobertura econômica do país sofreu alterações que perduram até hoje. O “economês” (BASILE, 2011) surgiu como a forma da censura justificar os frequentes questionamentos sobre o desenvolvimento do país feitos pela imprensa. Até hoje, estão contidas nos jornais as seções de mercados, que informam a cotação dos mercados (CALDAS, 2003) e os principais indicadores econômicos do país e do mundo.

O mito da dificuldade de compreensão está enraizado nas editoriais de Economia. Há quem diga que o conteúdo editorial dessa linha do jornalismo é produzido para

senhores de “paletó e gravata”, cidadãos bem sucedidos e que compõem altos cargos da hierarquia social, entre eles empresários, economistas, executivos e profissionais do mercado financeiro, para que então possam tomar decisões sobre seus negócios (CALDAS, 2003).

Kucinski (2007) aponta para a existência de dois grupos distintos que acompanham o noticiário econômico: os especialistas e grandes empresários, e o grande público e pequenos empresários. O principal problema constatado é que o grande público aquém as notícias deveriam ser escritas “sentem-se permanentemente agredidos pela linguagem inevitavelmente técnica usada no jornalismo econômico” (KUCINSKI, 2007, p. 168). Kucinski destaca ainda que os termos técnicos, também chamados de burocráticos pelo pesquisador, são os principais empecilhos para o grande público entender o que lhe é transmitido. Tal maneira de se expressar é apontada pelo autor como exemplo do “desprezo pelo leitor, o descuido com a informação, a preguiça jornalística, a despolitização da informação” (KUCINSKI, 2007, p. 170).

A escolha do Jornal O Diário de S. Paulo se deve principalmente a ser voltado para as classes de menor poder aquisitivo, notadamente por suas manchetes, uma abordagem textual mais simples e objetiva, além de contar com colunistas presentes na grande mídia nacional como Cléber Machado, Padre Marcelo Rossi, Casagrande, entre outros. As reportagens principais sempre dão destaque a temas como aposentadoria, atendimento do INSS e mercado de trabalho, além de ser voltado a pessoas com pouco hábito de leitura (AMARAL, 2006).

O ponto de vista das temáticas abordadas pelos jornais populares é outro porque o lugar econômico, social e cultural do leitor é diferente do lugar do leitor dos jornais de referência. O leitor das classes C e D vive com menor renda, tem baixa escolaridade, tem dificuldade de ingressar no mercado de trabalho, depende do sistema público de educação e atendimento à saúde e não tem acesso à maioria dos programas culturais. Assim, o engarrafamento é coberto do ponto de vista do passageiro de ônibus, a greve do INSS é noticiada pelos prejuízos que traz à população e o aumento da gasolina interessa pelo possível aumento das passagens (AMARAL, 2006, p. 3).

Para Barki (2005), o consumo é uma forma de sentir-se parte integrante da sociedade e cada classe social apresenta características e hábitos de compra particulares, determinados pelos seus valores, crenças e pela própria posição social. Esse mesmo autor relaciona alguns comportamentos apresentados pelo consumidor de baixa renda brasileiro, caracterizados por fatores socioeconômicos e culturais. Os consumidores de baixa renda têm baixa auto-estima e se sentem inferiorizados, percebem que são considerados como cidadãos de “segunda classe”. Uma diferença de comportamento entre o segmento de baixa renda e o de alta renda está no sentimento de exclusivo x inclusivo. Enquanto a classe alta gosta de produtos feitos sob medida, que ofereçam uma imagem de exclusividade para que o indivíduo se sinta único, o consumidor de baixa renda busca produtos que ofereçam a idéia de inclusão, de um sentimento de pertencimento. (BARKI, 2005).

Segundo Nogami e Vieira (2012), a inclusão da baixa renda no mercado de consumo vem se intensificando no Brasil, com taxas de consumo crescente entre a população de baixa renda, em parte devido à estabilização da conjuntura econômica pós a implantação do Plano Real e também devido aos incentivos de distribuição de renda com base em programas assistencialistas. Dessa forma, a aquisição de produtos antes inacessíveis, passou fazer parte do consumo das famílias brasileiras com baixa renda.

A “nova classe média”, segundo alguns sociólogos e economistas (SOUZA e LAMOUNIER, 2010; NERI, 2008), tem chamado atenção tanto da mídia como da academia, a partir do seu crescimento principalmente nos países emergentes como China, Índia e Brasil. Estima-se que 400 milhões de pessoas façam parte da “nova

classe média global” e que em 2030 esse número chegue a mais de 2 bilhões (VICENTE, 2012).

A literatura internacional predominante acerca da temática Bottom Of The Pyramid (BOP), ou baixa renda ou classes CD, pode ser classificada como literatura prahadiana, cujos trabalhos impulsionaram a produção acadêmica sobre marketing e estratégia vinculados ao consumidor de baixa renda e que apontam oportunidades de mercado ainda não exploradas. Esta corrente apresenta modelos de gestão de negócio para atuação neste mercado apontando que as multinacionais podem obter lucratividade com estes consumidores e que estes consumidores podem adquirir produtos que não adquiriam antes. Ao propor este conceito, os autores da corrente “prahadiana” afirmam que a pobreza pode ser extinta, uma vez que os consumidores melhorarão a qualidade de vida consumindo produtos não consumidos anteriormente. No entanto, para a corrente não “prahadiana” seria impossível acabar com a pobreza no mundo e o consumo seria uma medida de curto prazo que pode acarretar em problemas sociais maiores para esta população, o aumento do consumo poderia ser uma ilusão aparentemente inofensiva, mas que poderia causar perigosa desilusão (NOGAMI, VIEIRA, 2012).

Alguns autores criticam a postura de incentivar o consumo das classes com menor renda, indicando que a solução está sustentada na educação e no emprego (HEMAIS et al. 2010). No entanto, parece inquestionável a melhoria na qualidade de vida de famílias que passaram a ter acesso a produtos de necessidades básicas como sabonete, máquina de lavar, calçados entre outros (NOGAMI, VIEIRA, 2012).

Diante de tais mudanças, economistas e profissionais de institutos de pesquisa cogitam a formação de uma suposta nova “classe” de consumidores, atualmente chamada “Nova Classe Média”. Esta teria se consolidado ao longo dos anos 2000 a partir das políticas de aumento da renda da população e ao incremento do crédito parcelado ao consumidor, sobretudo aos indivíduos das classe D e E, que teriam migrado para uma nova classe ( a classe C). Esta fórmula teria propiciado a aquisição de bens e serviços até então mais difíceis para indivíduos pertencentes a estes segmentos (NERI, 2010). Trata-se de uma parcela de consumidores que gasta quantias significativas de seus orçamentos mensais em alimentos, produtos de limpeza e higiene e se comportam de maneira racional e sofisticada, procurando conciliar suas preferências de consumo com as situações reais de rendimento orçamentário escasso (BARKI, PARENTE, 2010; ROCHA, SILVA, 2009; CASTILHOS, 2007; AZEVEDO, MARDEGAN JR., 2009; MOURA, 2006).

O mercado consumidor da baixa renda não é homogêneo, pelo contrário, possuem diferenças que as caracterizam como heterogêneas; estas especificidades precisam ser identificadas pelos estudos realizadas na academia e no mercado. Não há consenso sobre a classificação dos segmentos no mercado de baixa renda. Tanto na literatura nacional quanto na internacional é possível encontrar vários segmentos na base da pirâmide. Por exemplo, Sachs (apud NOGAMI E VIEIRA, 2012) descreve três segmentos: pobreza extrema composta pelos consumidores que compram produtos de necessidades básicas, como alimentação e moradia, a pobreza moderada consegue ter reserva para alimentação e moradia, mas não consegue pagar por serviços de saúde e educação, já a pobreza relativa, mesmo com dificuldade e até com qualidade inferior, tem acesso a saúde e educação.

## **METODOLOGIA, APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE RESULTADOS**

Para este estudo utilizou-se metodologia qualitativa, que tem por objetivo compreender o objeto de estudo. O primeiro passo para execução e análise dos dados levantados foi a elaboração de um roteiro de perguntas a serem feitas aos entrevistados.

Para que tal roteiro alcançasse bom nível de relação com o presente trabalho, foi feito um acompanhamento, no mês de julho deste ano, das reportagens publicada no jornal Diário de S. Paulo e apresentadas em sua editoria de economia. A reportagem selecionada engloba os conceitos destacados no referencial teórico, como as mudanças nas taxas de juros do cheque especial e nos empréstimos pessoais. A seguir foram realizadas entrevistas com as pessoas que atendiam ao perfil de baixa renda (NERI, 2010; SOUZA LAMOUNIER, 2010).

Foram entrevistados em profundidade quatro homens e duas mulheres: dois porteiros, um zelador, um assistente de professores em universidade (bedel), uma diarista e uma auxiliar de limpeza. Destes, cinco trabalham com carteira assinada, enquanto somente a diarista não possuía registro profissional. As entrevistas foram gravadas em áudio e vídeo e analisadas através de análise do discurso. A categorização se baseou nos objetivos da pesquisa e no referencial teórico. Vale ressaltar que as pessoas demonstraram insegurança com relação ao tema abordado. Sinais de inquietação foram percebidos em muitas das entrevistas, como o ato de apertar incessantemente uma caneta que estava nas mãos de um entrevistado. Em alguns casos os próprios disseram estar apreensivos com a gravação realizada e com o teor das perguntas. Outros sinais de inquietação puderam ser percebidos, como a gesticulação excessiva das mãos numa tentativa de complementar o sentido do que as palavras já expressavam. Isso acontece porque existe grande dificuldade, por parte destas pessoas, em utilizar corretamente a norma culta da língua portuguesa, apareceram erros marcantes e comuns nas falas.

Eu sou daqui mesmo, mas eu fui criada com a minha avó né. Eu tinha “pobrema” quando eu era bebezinha, daí minha mãe entregou pra minha avó, que é a mãe dela, pra cuidar de mim (Auxiliar de limpeza, 32 anos, solteira).

Tipo, então (hesitante). O João fez um cartão adicional pra mim e os juros “foi” aumentando. Fui gastando e os juros só aumentando. Sai do emprego na época. Vixi Maria, pra pagar... O João que se enrolou todo! Coitado, acho que fixou uma dívida de 200 e depois foi pra 500, assim (Diarista, 21 anos, casada).

Aí ele pegava o dinheiro, gastava antes de pagar o cartão... Aí teve um tempo que ele não pagou mais, aí foi “drobano”... Porque se sabe que “droba” né?! O valor é muito alto né. Aí... ferrou (Porteiro, 29 anos, casado).

Então, é o que falei. Ele tem tudo o que cê qué. Todo tipo de notícia que você quer, ele tem aqui. Tudo o que você quer tá aqui ó (entrevistado folheando o jornal e mostrando as partes). Tem coisa que às vezes você nem tá procurando, mas tem ali (entrevistado aponta para a parte das notas da coluna social do jornal) (Zelador, 45 anos, casado).

A minha mesmo é... assim da Prefeitura né. É terreno de Prefeitura. Como é que eles fala? É... (diz, olhando para o teto tentando se lembrar da palavra e se movimentando no local onde está sentado). Quando a gente passa muito tempo no... usucopião, né? (Porteiro, 42 anos, casado).

As frases dos entrevistados são truncadas e de difícil entendimento. Ao redigir as entrevistas em diversos pontos é preciso escutar mais de uma vez o mesmo trecho da entrevista para compreender o que foi dito. Os erros de português e as dificuldades de expressão podem ser atribuídos à escolaridade dos entrevistados. Dois deles afirmaram ter iniciado o Ensino Médio, outros dois o concluíram e, por fim, os dois restantes têm Ensino Fundamental incompleto.

Também se percebe relativa diversidade de Estados em que as pessoas nasceram ou que já viveram. Três nasceram na Paraíba, uma no Rio de Janeiro e dois em São Paulo, sendo que um dos moradores de São Paulo viveu em Pernambuco até os 16 anos. Dos que vieram para cá, o que está há menos tempo mora em São Paulo há seis anos, enquanto o que vive mais deixou seu Estado natal há 26 anos.

Os pesquisadores solicitaram aos entrevistados que lessem a notícia selecionada em voz alta no começo da entrevista. Ao realizarem o que foi pedido, apresentaram dificuldade em ter fluência na leitura, com dicção instável e, aparentemente, não entendimento do que estava escrito. Foi notado também leitura feita palavra por palavra, sem atenção à pontuação como pontos finais e vírgulas. Alguns apresentaram traços de analfabetismo funcional.

**Quadro 1 – Perfil dos entrevistados**

PROFISSÃO	IDADE	ESTADO CIVIL	MORA COM	RENDA PESSOAL (em reais)	ESCOLARIDADE
Auxiliar do Metrô	32	Solteira	Pais	Abaixo de 1.000	Médio incompleto
Bedel	39	Casado	Esposa	De 1.001 a 2.000	Médio completo
Diarista	21	Casada	Marido	Abaixo de 1.000	Médio incompleto
Porteiro	29	Casado	Esposa	De 1.001 a 2.000	Fundamental incompleto
Porteiro	42	Casado	Esposa	De 1.001 a 2.000	Fundamental incompleto
Zelador	45	Casado	Esposa	Acima de 2.000	Médio completo

Os entrevistados leram a reportagem solicitada para que fosse possível perceber quais suas percepções em relação aos conceitos que nela estavam expostos, e também para perceber quais as principais dificuldades apontadas sentidas por eles mesmos no momento da leitura. Dos seis entrevistados, três alegaram entender a mensagem que a notícia deveria passar, enquanto os outros três não a compreenderam completamente. Porém, mesmo entre aqueles que disseram ter entendido a reportagem, algumas informações não foram completamente assimiladas por eles.

Eu entendi um pouco (abaixa os olhos e olha novamente para a notícia), entendi sim. (...) Eu entendi porque é assim, o limite mesmo né... eu tenho limite, eu já pego quando eu preciso mesmo. Porque o limite quando a gente pega, a gente paga uma taxa né, que eles cobra né, R\$ 9,90. E se a gente “pegá” tudo, eles cobra R\$ 30,00. Aí é a gente que sai perdendo né... Eu penso assim (Auxiliar de limpeza, 32 anos, solteira).

Eu entendi que esse cheque especial está um pouco alto. (...) É o que no caso eu não entendi bem esse negócio de cheque especial, taxa de juros assim. Está aqui, 5,2. Eles querem colocar pra 8,36%? (...) É eu ia colocar uma explicação mais clara, com gráfico. (...) Não (Porteiro, 29 anos, casado).

(...) É, eu tô vendo o juro né, meu. Muito alto né, cara. Mas é isso mesmo o juro? (Zelador, 45 anos, casado).

(...) Não. Mas é uma coisa importante. (...) É, porque é complicado de entender. E também porque eu tenho pouco tempo para ler. Tenho que ficar mudando de vista né, então é complicado. (...) Não, não consegui entender. (...) Sim. Eu também usava cheque, mas eu cancelei porque agora eu uso cartão. (...) Sim. No Itaú. (...) Entendi. Eu tenho, mas não uso. (...) E por isso, se usar, paga uma “taxinha”. (...) É o que eu pago no Liz (Porteiro, 42 anos, casado).

Também foram indagados sobre seus hábitos de leitura em geral. A grande maioria disse não ler com frequência, alegando falta de tempo, local inadequado para realiza-la e cansaço físico.

Lê jornal? Pra falar a verdade Gustavo eu num tenho tempo, porque eu chego tão cansada né... O meu corpo já pede cama, pra eu descansar o corpo. Aí eu me levanto, faço as coisas de casa, o almoço, arrumo a casa, assim, enfim, essas coisas né... que precisa “fazê” dentro de uma casa mesmo. Mas lê

assim, é difícil lê mesmo. (...) Ah assisto, assisto. Quando eu tô de folga, eu assisto sempre, aquele... no dia né, à noite, aquele das 20h15min, eu assisto. Eu assisto sim, Gustavo, agora lê... não tenho tempo não (risos) (Auxiliar de limpeza, 32 anos, solteira).

(...) Eu gosto de ler sobre esporte. (...) Eu leio mais quando eu estou aqui no trabalho mesmo. (...) Diariamente (Porteiro, 29 anos, casado).

(...) Gosto de ver o que aconteceu do dia, entendeu? Porque o que você vê na TV, você vê nesse jornal aí (Diário de S. Paulo). Às vezes, o que você não vê na TV também tá aí nesse jornal, entendeu? Ele (as notícias) tá tudo aí nesse jornal. Um outro jornal você não encontra isso aí e nesse aí você encontra. Tem esporte, tem notícias do dia. (...) Então, é o que falei. Ele tem tudo o que você quer. Todo tipo de notícia que você quer, ele tem aqui. Tudo o que você quer tá aqui ó (entrevistado folheando o jornal e mostrando as partes). Tem coisa que às vezes você nem tá procurando, mas tem ali (entrevistado aponta para a parte das notas da coluna social do jornal). (...) É importante porque você fica bem informado, né? Às vezes tem coisa...vizinho...de outro lugar que você num (não) tá sabendo aqui, entendeu? Algum lugar que você já foi (Zelador, 45 anos, casado).

(...) Bom o jornal chega todo dia cedo aqui no trabalho. Não leio completamente ele, mas dou uma foleada todos os dias.(...) A parte de esportes. (...) Dou uma pesquisada (Porteiro, 42 anos, casado).

Uma das questões feitas aos entrevistados era se eles possuíam cartão de crédito e de que maneira o utilizavam. Dos seis pesquisados, cinco têm cartão de crédito atualmente. O entrevistado que respondeu negativamente à questão já teve um cartão adicional da conta do cônjuge, mas, segundo ele, por endividamento em excesso não o possui mais. Ao serem indagados de como faziam uso do serviço, várias respostas foram dadas. A mais comum é para compra de passagens para visitar a família na terra natal.

É comida mesmo, talvez roupa pro meu irmão, porque eu me preocupo muito com ele né (Auxiliar de limpeza, 32 anos, solteira)

Não. Meu negócio é dinheiro! Odeio cartão de crédito. Uma vez me envolvi...meu amigo...vixi...pra pagar foi horrível. (Diarista, 21 anos, casada)

É eu acho... Sabendo usa... Sabendo usa né... Às vezes vocês estoura, você não paga o mínimo, aí já vem o dobro (gesticula com os dedos em um movimento circular). (Porteiro, 29 anos, casado)

É. Ah, eu...sempre, no máximo, três vezes, cara. É duas, três vezes, porque não dá pra ficar pagando muito. (Zelador, 45 anos, casado)

Sim. Na volta. Senão você junta e vai comprando no cartão, fica muito pesado né, muita coisa parcelada. (Porteiro, 42 anos, casado)

Após saber para quê o cartão de crédito era mais usado, os entrevistadores levantaram a questão do pagamento das faturas. De todos os entrevistados, metade revelou hábitos de consumo não condizentes com a renda mensal individual.

Muitas vezes eu já paguei já [o mínimo do cartão de crédito], porque não tinha como “pagá” o total. Mas graças a Deus, ele é maravilhoso, agora eu tô pagando o total. [...] Eu fico triste Gustavo! Sabe, porque a vontade é de pagá tudo né, mas a gente faz o que pode né, Gustavo. Pois é, eu pago o total agora, graças a Deus. (Auxiliar de limpeza, 32 anos, solteira)

Tipo, então (hesitante). O João fez um cartão adicional pra mim e os juros “foi” aumentando. Fui gastando e os juros só aumentando. Sai do emprego na época. Vixi Maria, pra pagar. O João que se enrolou todo! Coitado, acho que



fixou uma dívida de 200 e depois foi pra 500, assim. (Diarista, 21 anos, casada)

Não o mínimo, mas acima do mínimo um pouco (fala ao mesmo tempo em que gesticula, como se o gesto ajudasse a expressar melhor suas palavras), aí os juros (gesticula novamente com os dedos em um movimento circular) “droba”. (Porteiro, 29 anos, casado)

Eu conheço, mas eu nunca paguei não. Os juros é muito alto. Você paga uma fatura de R\$ 400,00, se você divide em 10 veis, nossa! Vem um absurdo! Muito caro. [...] A minha colega falou que mais ou menos uns cincomeis. Ainda está pagando né (demonstrou não saber bem a diferença entre mínimo da fatura de cartão e parcelamento da fatura). Ela falou que fez até empréstimo. Na Caixa, em outro banco, pra cobrir a fatura do cartão. (Porteiro, 42 anos, casado)

Não, não. Meu cartãozinho [de crédito] eu uso pra poquinho coisa, entendeu? Porque tem gente que usa pro mês inteiro. Eu não, eu gosto mais de débito automático [se referindo à função de débito do cartão], pra me livrar logo mesmo (Zelador, 45 anos, casado).

As entrevistas mostram que os entrevistados pouco tem consciência dos perigos que o uso do cartão em excesso causa. Muitos se endividam principalmente no não perceberem qual a verdadeira taxa de juros estão pagando. HENNIGEN, 2012 corrobora esses achados explicando relatos segundo os quais alguns que fizeram compras com o cartão de crédito (e, na falta de recursos, efetuaram o pagamento mínimo durante um período), mas só *a posteriori*, depois de constatarem que o montante da dívida aumentou exponencialmente, se deram conta que a taxa de juros era muito elevada, percebendo assim o chamado efeito cascata do pagamento mínimo, como também vários frente ao montante da dívida que lhes foi apresentado quando buscaram (re)negociá-la, surpreende-se, o que denota que realmente não tinham claro o que significava, em termos monetários, o patamar de juros e/ou a lógica do tipo de crédito que contraíram. (HENNIGEN, 2012, p. 10)

De maneira geral, todos os entrevistados têm ou já tiveram algum tipo de dívida. A diferença constatada é de como eles percebem o que é uma dívida e como lidam com a situação do endividamento. Enquanto alguns fazem empréstimos para reformar a casa ou para comprar eletrodomésticos, outros fazem crediário em lojas para adquirir eletroeletrônicos.

(...) Mas a gente tem mania de fazer empréstimo pra fazer as coisa dentro de casa, eu mesmo fiz empréstimo pra reforma o banheiro, reforma a cozinha, daí eu fiz. Eu tô pagando todo mês. Daí vai até dois anos! (afirma, reforçando a idéia da distância do tempo com um gesto das mãos, seguido de pequenos risos). Eu fiz mais isso por causa, né, pra reforma mesmo, mas dependesse de mim eu não queria (risos), por que é muito juros! De 2 mil vai pra 4 mil. 4 mil vai pra 8. Aí a gente sai perdendo (Auxiliar de limpeza, 32 anos, solteira).

A minha mãe que fez nas Casas Bahia. Comprou uma televisão, comprou a rack e uma mesa (aponta para os móveis na residência) e tá pagando todo mês (Auxiliar de limpeza, solteira).

Ah eu já comprei bastante coisa nas Casas Bahia. Os móveis mesmo da minha casa eu comprei tudo nas Casas Bahia. Dividi em 10 veis. Por enquanto eu tô terminando de pagá um computador da moça (a filha dele), da Emília. É um netbook que eu comprei pra ela. Pra fazer os trabalhos de escola em casa mesmo porque antes ela fazia lá no CEU, lá no Paulistano. E era muita dificuldade pra ela chegar da escola e fazer trabalho fora. E agora faz em casa mesmo, tira xerox, tem impressora (Porteiro, 42 anos, Casado).

Não, isso aí eu fiz só uma vez só, assim que eu cheguei aqui, aí eu precisei fazê um crediário né... mas agora eu não faço mais, acho que os juros é bem mais alto (PORTEIRO, 29 ANOS, CASADO).

Outra questão importante foi o empréstimo do nome para que terceiros comprassem algum produto ou fizessem algum tipo de financiamento. Neste quesito, as respostas se mostraram dúbias. Em certos casos, os entrevistados afirmaram nunca ter emprestado o nome para outra pessoa, mas logo na sequência, se contradisseram.

Ah não, ninguém nunca pediu. Uma pessoa já pediu assim, pra mim abrir um crédito, pra tirar uma geladeira. Mas pra carro não (Porteiro, 42 anos, casado).

(...) Já, emprestei pro meu cunhado. (...) Ele tá pagando direitinho, tá pagando ainda (diz com um leve sorriso no rosto). (...) E foi alto, um pouco né. (...) Um carro. (...) Porque ele sujou o dele (risos). Sujou o dele, aí usou o meu. Mas ele tá pagando ainda. Eu nem vejo esse carro dele (Porteiro, 29 anos, casado).

Não, pra ninguém. E eu dou conselho pra ninguém emprestar (o nome). Se a pessoa chega querendo comprar com o seu nome, se você já sujou o seu, imagina o meu! (Zelador, 45 anos, casado).

Em outros dois casos, um aceitou emprestar o nome, até por gratidão ao cunhado, como ele mesmo informou na entrevista, e o outro se recusou terminantemente, a emprestar seu nome, alegando falta de confiança no solicitante. Foram poucos os que souberam responder exatamente o que é cheque especial. Três entrevistados confundiram este limite que os bancos disponibilizam em conta corrente aos clientes com os talões de cheque.

(...) Num tenho, eu tenho limite. É, limite. Agora papel cheque não. (...) Isso, é o limite da conta. Sempre eu pego, assim, quando eu preciso (Auxiliar de limpeza, 32 anos, solteira).

(...) É que eu não trabalho muito com cheque (Porteiro, 29 anos, casado).

Então, esse negócio do cheque especial, esse cheque especial. Eu não tava entendendo. Porque é que nem vocês falaram né, cada banco é diferente. Eu pensei que era o Lis [nome que o Itaú dá ao cheque especial de seus clientes], porque o meu... Eu acho errado isso de colocar! Assim, o banco, sem avisar você. Porque você tem o dinheiro lá, não esse dinheiro é meu, daí você vai e saca o dinheiro todo... Aí o dinheiro não é seu... Aí vem o “drobo” depois (Porteiro, 29 anos, casado).

Sim. Eu também usava cheque, mas eu cancelei porque agora eu uso cartão.(...) Na verdade o cheque especial não é em papel. Você tem conta em banco?(...)Sim. No Itaú. (...) Entendi. Eu tenho, mas não uso.(...) E por isso, se usar, paga uma “taxinha”. (...)É o que eu pago no Lis (Porteiro, 42 anos, casado).

Os entrevistados têm noções básicas do que é um cheque especial, mas não tem a consciência de sua utilização, ou seja, quando deparados com um nome diferente dos termos que estão habituados a usar, eles acabam respondendo de forma imprecisa, mas depois corrigem o erro ao perceberem que possuem o cheque especial com outro nome.

Assim como no cheque especial, os entrevistados demonstraram dificuldade em definir o que é empréstimo pessoal e como ele é feito. Muitos hesitaram quando perguntados e outros negaram saber do significado. Como exemplo, pode-se considerar a opinião de uma das entrevistadas revelou que utiliza o serviço.

Porque é muito juros né, Gustavo, quando a gente faz assim, um empréstimo, né, assim no banco, é muito juros e a gente sai perdendo. Quanto mais a gente evitar de usar cartão, essas coisas, melhor pra “nóis”. Eu penso assim né. Mas a gente tem mania de fazer empréstimo pra fazer as coisa dentro de casa, eu mesmo fiz empréstimo pra reforma o banheiro, reforma a cozinha, daí eu fiz. Eu tô pagando todo mês. Daí vai até dois anos! (afirma, reforçando a ideia da distância do tempo com um gesto das mãos, seguido de pequenos risos). Eu fiz mais isso por causa, né, pra reforma mesmo, mas dependesse de mim eu não queria (risos), por que é muito juros! De 2 mil vai pra 4 mil. 4 mil vai pra 8. Aí a gente sai perdendo. (Auxiliar de limpeza, 32 anos, solteira)

ou

Eu nunca fiz empréstimo pessoal, cara. Mas eu sei, mais ou menos, como funciona. Nunca entrei nessa aí não. (Zelador, 45 anos, casado).

As entrevistas também evidenciaram o receio de se pedir um empréstimo pessoal. Por não saber como funciona, os entrevistados afirmaram não procurar este recurso oferecido por instituições financeiras (bancos).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo principal verificar como a baixa renda compreende o discurso do jornalismo econômico (publicado pelo jornal Diário de S. Paulo). De um lado, nota-se claramente pelos relatos das fontes pesquisadas, o jornalismo econômico pouco contribui para o entendimento das situações cotidianas da economia do país. De outro, ao abordar o tema, o Diário de S. Paulo explica pouco para seus leitores como os números apresentados na notícia selecionada podem ser usados em seu benefício ou malefício.

Da notícia analisada, pode-se constatar que a linguagem, apesar de simples, não exemplifica e não explica objetivamente, por exemplo, o que seja cheque especial, produto que tem nomes diferentes em diversas instituições financeiras, assim como não apresenta que o uso em excesso do cartão de crédito para compras que não sejam essenciais, como alimentos, pode causar o superendividamento. Além disso, foi notada falta de instruções e explicações para o planejamento financeiro, sendo que esse a longo prazo também é importante. Os entrevistados pouco entendem do discurso do jornalismo econômico, mesmo ao afirmarem que o compreendem. Isso pode ser percebido pela dificuldade dos entrevistados em suas leituras. Até com uma linguagem simples, muitos deles se atrapalharam na explicação dos termos usados e nas leituras dos números. O baixo índice de leitura também explica o baixo entendimento da notícia, só reforçando as dificuldades da leitura.

É importante que os jornalistas demonstrem aos entrevistados os problemas que os juros altos podem causar. O excesso de gastos no cartão de crédito, por exemplo, mostra que o endividamento em níveis superiores do que os entrevistados podem pagar, poderia ser esclarecido para eles com uma linguagem mais adequada, usos de recursos visuais (como infográficos e conteúdos interativos) e explicação de termos dos quais a maioria não tem conhecimento.

Mais do que isso, os jornalistas precisam repensar a forma de escrever. Em momento algum na notícia selecionada se encontrou preocupação em explicar ao leitor termos essenciais. Outro ponto foi a constatação das dificuldades de leitura apresentada pelos entrevistados, mas constatou-se um problema muito mais grave: a qualidade da

educação encontrada no país e a constatação de que ainda muitos brasileiros são analfabetos funcionais.

É possível dizer, mediante a tudo o que foi exposto, que o integrantes da nova classe média, como passou a ser chamada a classe C que adquiriu renda suficiente para consumir mediante políticas de distribuição de renda e ganhos reais de salários, correm sério risco de voltar para a linha da pobreza. Parece não restar dúvida de que o Brasil vem passando por uma verdadeira metamorfose, com a diminuição da desigualdade de renda e acesso da população da Baixa renda ao consumo. De acordo com a PNAD (2012), o Índice de Gini caiu de 0,518, em 2009, para 0,501, em 2011 (quanto menor, menos concentrada é a renda). O País ainda é um dos mais desiguais do mundo, mas a desigualdade diminuiu. À estabilidade somaram-se fatores tais como políticas governamentais de incentivo à bancarização e do acesso fácil ao crédito; planos sociais de distribuição de renda e aumento gradativo dos salários. Esse conjunto de fatores resultou num aumento da participação da população na aquisição de bens de consumo e consequente aquecimento da economia no país. A partir daí as camadas emergentes passaram a ser vistas como “novos consumidores”, tanto pelo governo como pelo mercado, mudando o desenho dos gráficos que representam as estatísticas oficiais que classificam as classes socioeconômicas no país. Por isso o discurso do jornalismo econômico é fundamental para que esta classe crie a consciência de que não é apenas importante consumir, mas também adquirir conhecimento através da educação também.

Por fim, o artigo atingiu seus objetivos de forma parcial, pois conseguiu verificar o índice de leitura dos entrevistados, seu grau de endividamento e as dificuldades de compreender conceitos básicos que influenciam diretamente a vida dessas pessoas, no entanto, por se tratar de pesquisa qualitativa não pode nem deve ter seus resultados generalizados para o total do universo.

Dessa forma, o grande desafio do jornalismo econômico percebido nesta pesquisa é encontrar uma maneira de escrever e se fazer entender para uma população pouco instruída (em certos casos de analfabetos funcionais), que pouco lê e está ávida por consumir mais do que tem condições de pagar.

## REFERENCIAS

AMARAL, M. F. *Imprensa popular: sinônimo de jornalismo popular?*, Disponível em <http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/20033/1/Márcia+Franz+Amaral.pdf>, 2006. Acesso em 30 mar. de 2012.

ASSOCIACAO NACIONAL DE JORNAIS, disponível em <http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/jornais-no-brasil/maiores-jornais-do-brasil>, 2011. Acessado em 30 abr. 2012.

AUGUSTI, A. R. *Jornalismo e comportamento: os valores presentes no discurso da revista Veja*. 2005. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2005. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/5528/000516356.pdf?sequence=1>>. Acesso em 01abr. de 2012

AZEVEDO, M.; MARDEGAN, E. *O consumidor de baixa renda: entenda a dinâmica de consumo da nova classe média brasileira*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009

BARKI, E. E. R.. *Estratégias de empresas varejistas direcionadas para a baixa renda: Um estudo exploratório*. 2005. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas). - Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2005.

BASILE, S. *Elementos de jornalismo econômico: a sociedade bem informada é uma sociedade melhor*. 2.ed. Rio de Janeiro: Elisevier, 2011.

CALDAS, S. *Jornalismo econômico*. 2.ed. São Paulo: Contexto, 2005.

- CASTILHOS, R. B. Subindo o Morro: Consumo, Posição Social e Distinção Entre Famílias de Classes Populares. In: XXXI EnANPAD, 2007, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: ANPAD, 2007.
- CENTRO DE POLÍTICAS SOCIAIS DA FGV CPS/IBRE/FG, 2011, disponível em [http://www.cps.fgv.br/ibrecps/M3/M3\\_ANovaClasseMedia\\_Port\\_2.pdf](http://www.cps.fgv.br/ibrecps/M3/M3_ANovaClasseMedia_Port_2.pdf),a acessado em agosto de 2012.
- CETELEM BGN, 2011; Cetelem Bgn (2011). Recuperado em 10 julho, 2011, de <[http://www.cetelem.com.br/portal/Sobre\\_Cetelem/Observador.shtml](http://www.cetelem.com.br/portal/Sobre_Cetelem/Observador.shtml). >
- CHAUVEL, M. A.; MATTOS, M.P.A.Z. . Consumidores de Baixa Renda: Uma Revisão dos Achados de Estudos Feitos no Brasil. Cadernos EBAPE.BR (FGV), v. 6, n.2, p. 1-17, 2008.
- DATAPOPULAR, 2012, SÍNTESE CONJUNTURAL Março/2012 - FECOMÉRCIO Minas, disponível em [www.fecomerciomg.org.br/pdfs/2012\\_sintese\\_conjuntural\\_mar.pdf](http://www.fecomerciomg.org.br/pdfs/2012_sintese_conjuntural_mar.pdf), acessado dem agosto 2012.
- DIÁRIO DE S. PAULO. *Informações comerciais*, disponível em <http://www.diariosp.com.br/hotsites/midiakit/apdsp.pdf>, 2012. Acesso em 25 mai. 2012.
- HEMAIS, M.W. et al.; Hedonismo e moralismo no incentivo ao consumo na base da pirâmide: discussão para a proposta de uma agenda inicial de pesquisa. In XXXIV EnANPAD, 2010, Rio de Janeiro. Anais...Rio de Janeiro: ANPAD, 2010.
- HENNIGEN, I. O lado avesso do sistema consumo-crédito: (super)endividamento do consumidor, In:VI Encontro Nacional de Estudos do Consumo, II Encontro Luso-Brasileiro de Estudos do Consumo, *anais...* Rio de Janeiro, 2012.
- IBGE, 2010. Primeiros resultados definitivos do Censo 2010: população do Brasil é de 190.755.799 pessoas. Disponível em: <[http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia\\_visualiza.php?id\\_noticia=1866&id\\_pagina=>](http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1866&id_pagina=>). Acessado em: 24 de junho, 2012.
- IPEA. *Perfil da pobreza no Brasil e sua evolução no período 2004-2009*. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, 2011.
- KUCINSKI, B. *Jornalismo Econômico*. 3. ed.rev. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2007
- KUCINSKI, B. Paradoxos do jornalismo econômico. *Revista Adusp*, São Paulo, v. 12, p. 13-16, 1997.
- NERI, M. *A Nova Classe Média*. Rio de Janeiro: FGV/IBRE, CPS, 2010. Disponível em: [http://www3.fgv.br/ibrecps/ncm2010/NCM\\_Pesquisa\\_FORMATADA.pdf](http://www3.fgv.br/ibrecps/ncm2010/NCM_Pesquisa_FORMATADA.pdf). Acesso em 03 abr. 2012.
- NERI, Marcelo (coord.). *A nova classe média*. Rio de Janeiro: FGV/IBRE/CPS, 2008.
- NOGAMI, V. K. C.; PACAGNAN, M. N. .Produção Acadêmica sobre o Consumo na Base da Pirâmide na Área de Marketing: Uma Pesquisa Bibliométrica. *Revista ADM.MADE*, v. 15, p. 100-122, 2011.
- NOGAMI, V.; VIEIRA, F. Reflexões Acadêmicas e de Mercado para o Marketing na Base da Pirâmide. IN:I Encontro Nacional de Estudos do Consumo, II Encontro Luso-Brasileiro de Estudos do Consumo, *anais...* Rio de Janeiro, 2012.
- PASSOS, A. Quem descobriu a nova classe média no Brasil? *REVISTA DA ESPM*, julho/agosto de 2011. Disponível em: <[http://acervo-digital.espm.br/revista\\_da\\_espm/2011/jul\\_ago/06% 20ALFREDO% 20PASSOS.pdf](http://acervo-digital.espm.br/revista_da_espm/2011/jul_ago/06%20ALFREDO%20PASSOS.pdf)>. Acessado em: 05 dezembro, 2011.
- PNAD, 20012, disponível em <http://www.estadao.com.br/noticias/impresso,pnad-mostrou-melhor-situacao-da-populacao-935407,0.htm>, acessado em 28-9-2012.
- RESENDE, J. V. *Construtores do jornalismo econômico: da cotação do boi ao congelamento de preços*. São Paulo: Ícone, 2005.

- ROCHA, A.; SILVA, J. F.; Consumo na base da pirâmide: um desafio empresarial – Considerações Finais. In: ROCHA, A.; SILVA, J. (org.) Consumo na base da pirâmide – estudos brasileiros. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.
- RODRIGUES, M. Cai n° de leitores e metade não lê. *O Estado de S. Paulo*, disponível em <http://www.estadao.com.br/noticias/vidae,cai-n-de-leitores-no-pais-e-metade-nao-le,854673,0.htm>, 28 de mar. 2012. Acessado em 30 de abr. 2012
- SANDRONI, P. *Dicionário de economia do Século XXI*, disponível em <http://introducaoaeconomia.files.wordpress.com/2010/03/dicionario-de-economia-sandroni.pdf>. Acessado em 15 de mai. 2012.
- SOUZA, A. LAMOUNIER, B. *A classe média brasileira: ambições, valores e projetos de sociedade*. Rio de Janeiro: Campus, 2010.
- SOUZA, J. Os batalhadores brasileiros: nova classe média ou nova classe trabalhadora?. 1. ed. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010.
- TRIVIÑOS, A. N. S. *Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação*. São Paulo: Atlas, 1987.
- TROSTER, R. L. MOCHÓN, F. *Introdução à Economia*. Edição Revisada e Ampliada. São Paulo: Pearson Makron Books, 2002.
- VICENTE, E. Nova classe média: um delírio coletivo? VI Encontro Nacional de Estudos do Consumo, In:III Encontro Luso-Brasileiro de Estudos do Consumo, anais... Rio de Janeiro, 2012.