

ÁREA: MKT Marketing

**AVALIAÇÃO DE CRITÉRIO PARA MENSURAÇÃO DE CAPITAL CULTURAL
DA SOCIEDADE BRASILEIRA**

RESUMO

O capital cultural passou a representar um fator de destaque na determinação da classe social e do comportamento de consumo, porém, esta dimensão tem sido negligenciada pelas diversas metodologias de classificação social, as quais priorizam o capital econômico. Assim sendo, este trabalho objetivou analisar uma metodologia de avaliação do capital cultural da sociedade brasileira. Esta pesquisa quantitativa e descritiva foi realizada via entrevistas individuais com respondentes das cidades de Belo Horizonte, Florestal e Bom Despacho e, para a análise dos dados, utilizou-se a estatística descritiva. Os resultados indicam maior importância das variáveis "influência dos pais", "nível de escolaridade" e a "leitura de livros" para a diferenciação de capital cultural. Por outro lado, as variáveis "estilo de filme", "gosto por gastronomia", "nível/renome da faculdade/universidade" e "viajar por conta própria ou de excursão/pacote" não foram respaldadas como diferenciadoras consideráveis de capital cultural. Por fim, o trabalho analisa, em termos gerais e por diferentes categorias, os itens que podem ser úteis a uma avaliação do nível de capital cultural, e espera-se que ele possa fomentar um debate em torno deste grande desafio.

Palavras-Chaves: Capital cultural. Consumo cultural. Classe social. Classificação social.

SUMMARY

Cultural capital has become a prominent factor in determining social class and consumer behavior, but this dimension has been neglected by the various methodologies of social classification, which prioritize economic capital. Therefore, this work aimed to analyze a methodology for the evaluation of the cultural capital of Brazilian society. This quantitative and descriptive research was conducted through individual interviews with respondents from the cities of Belo Horizonte, Florestal and Bom Despacho, and descriptive statistics were used to analyze the data. The results indicate greater importance of the variables "parental influence", "educational level" and "book reading" for the differentiation of cultural capital. On the other hand, the variables "movie style," "taste for gastronomy," "college / university level / reputation," and "self-travel or package tour" were not supported as significant differentiators of cultural capital. Finally, the paper analyzes, in general terms and by different categories, the items that may be useful for an assessment of the level of cultural capital, and it is hoped that it may stimulate a debate around this great challenge.

Keywords: Cultural capital. Cultural consumption. Social class. Social classification.

1 INTRODUÇÃO

O entendimento da mecânica e das consequências sociais do consumo utilizado para expressar a posição social (comumente denominado de consumo de *status* ou consumo de estilo de vida) tem sido o centro de um rico debate teórico (BOURDIEU, 1984; LAMONT, 1992; SIMMEL, 1904; VEBLEN, 1988). Para Bourdieu, a vida social pode ser concebida como um jogo multidimensional de *status* em que as pessoas fazem uso de três tipos de recursos (capital econômico, capital social e capital cultural). Assim, o “capital” deixa de ser apenas um recurso econômico e passa a incluir tudo aquilo que é “decisivo para assegurar o acesso privilegiado a todos os bens e recursos escassos em disputa na competição social” (SOUZA, 2013, p. 58).

Nesse sentido, segundo Baudrillard (1981, p. 66), os produtos funcionam como sinais e “distinguem o indivíduo, quer filiando-o no próprio grupo tomado como referência ideal quer demarcando-o do respectivo grupo por referência a um grupo de estatuto superior”. Ou seja, o consumo faz com que aqueles que pertencem à mesma classe tenham, conscientemente ou não, preferências semelhantes entre si, mas distintas entre outras classes (HENRY; CALDWELL, 2008). E Slater (2002, p. 17) acrescenta, ainda, que “o consumo é sempre e em todo lugar um processo cultural”. Assim, Ustuner e Holt (2010) defendem que a teoria do consumo cultural pode fornecer informações importantes para o entendimento do comportamento de consumo dentro do *marketing*.

Warner, Meeker e Eells (1949) constataram que a variável classe social é uma importante forma de prever o comportamento de consumo, uma vez que este é uma relevante expressão de *status* e de distinção social. No entanto, a estratificação e conceituação social é um processo complexo, multifacetado e está longe de ser claro. Sua operacionalização se dá por uma grande variedade de esquemas, de acordo com características de cada país e segundo perspectivas teóricas ou interesses políticos e econômicos (GIDDENS, 1975). Daí, a conceituação e a estratificação de classes encontraram consenso entre estudiosos, sendo, muitas vezes, tidas como pouco rigorosas (ESTANQUE, 2002).

Portanto, para Bourdieu (1984), o capital cultural passou a representar um fator de destaque na determinação da classe social e do comportamento de consumo, mas esta dimensão tem sido negligenciada pelas diversas metodologias de classificação social. Assim, Costa Filho (2016) propõe uma classificação cultural baseada em variáveis de avaliação do capital cultural e que possa ser combinada com uma classificação econômica em direção a uma classificação social mais ampla. O problema é que, embora bastante útil, esta metodologia de classificação não foi devidamente testada, conforme aponta e sugere o referido autor. A partir deste contexto, este projeto objetivou avaliar a metodologia de avaliação de capital cultural proposta por Costa Filho (2016). Em termos específicos, este trabalho buscou: aplicar tal metodologia em um contexto mais amplo, envolvendo diferentes gêneros, níveis de escolaridade, classes econômicas e portes de cidades diferentes e verificar a importância de cada variável.

Este trabalho justificou-se uma vez que, para Bourdieu (1984), uma classificação social que inclua aspectos culturais pode incorporar um recurso valioso, já que o capital cultural pode ser transformado em capital social e capital econômico e pode ser utilizado como fonte de valor e de distinção social. Ou seja, uma pessoa com alta escolaridade pode utilizar sua expressão de gostos, para conseguir se distinguir socialmente e pode conseguir vantagens econômicas, ao conseguir ocupações mais complexas e raras e, conseqüentemente, mais valorizadas. Assim

sendo, um instrumento que avalie o capital cultural pode ser bastante útil às estratégias de *marketing* e ao entendimento do comportamento do consumidor, pois, segundo Gaião, Souza e Leão (2011, p. 332), “os bens não são mais valorados economicamente, mas, sim, simbólica e culturalmente”.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Capital cultural e classe social

Uma corrente de autores afirma que devemos avaliar a posição de classe não apenas (ou mesmo essencialmente) quanto à renda, emprego ou consumo básico, mas também em relação aos fatores culturais e simbólicos, tais como estilo de vida e padrões de consumo de *status* (GIDDENS, 1975); ou, ainda, “para classificar e definir a identidade social de um grupo, é necessário analisar sua gênese, suas formas de ser, estilos, modos de consumo, formas de linguagem, comportamento corporal, *habitus*, capitais culturais, sociais e simbólicos, etc.” (YACCOUB, 2011, p. 5).

Porém, as métricas de classificação social e de análise do consumo têm empregado basicamente variáveis econômicas e mesmo Kamakura e Mazzon (2016, p. 66), em uma proposição e análise de estratificação, admitem que “somente foi utilizado o estrato socioeconômico para explicar o consumo”, mas “deve-se levar em conta que há muitos outros fatores – não só a estratificação – que afetam o consumo”. Neste sentido, Mauss (1974) afirma que as relações sociais e de troca ocorrem para atender necessidades culturais e não somente econômicas; e mais, dentro do que o autor chama de fato social total, haveria todas as espécies de instituição, econômica, utilitária, simbólica e subjetiva que, imbricadas, representam a dinâmica social.

A análise do consumo cultural ganha espaço à medida que os estudiosos da área percebem que a teoria utilitarista tradicional não proporciona subsídios para compreensão profunda das relações socioculturais envolvidas na aquisição e consumo de bens e serviços. Além disso, quando as escolhas são submetidas à análise da teoria utilitarista, sujeito e objeto são colocados em um isolamento que retira qualquer possibilidade de explicação que não seja acompanhada pela lógica da racionalidade (CASTILHOS, 2007; DOUGLAS; ISHERWOOD, 2004).

Em seus argumentos, Veblen (1988) destaca o papel do consumo não apenas como uma forma de suprir as necessidades utilitárias dos consumidores e advoga a função comunicadora do consumo, que caracteriza as relações sociais e forma as estruturas da sociedade. Desta forma, por meio do consumo se constituem as diferenças estruturais que permitem distinguir e identificar pessoas, grupos e a própria estrutura social. Sua principal contribuição, para a teoria do consumo, foi ultrapassar a visão utilitária e elevá-la a um *status* de ordem social, coletiva, simbólica e cultural.

Bourdieu (1984) revitalizou os estudos sobre consumo de *status* ao trazer o conceito de capital cultural para explicar porque as pessoas consomem determinados produtos e adotam certos estilos de consumo. Segundo este autor, os julgamentos de gostos e de preferências não são o reflexo da estrutura social, mas um meio de afirmar ou de conformar uma vinculação social. E a vida social pode ser concebida como um jogo multidimensional de *status*, em que as pessoas fazem uso de três tipos de recursos (capital econômico, capital social e capital cultural). O capital cultural, principal foco da análise, consiste de um conjunto de gostos, habilidades, conhecimentos e práticas distintivos e raros, e existe em três formatos básicos. O “capital cultural corporificado”, por meio de conhecimento prático, habilidades e disposições, manifesta-se no comportamento, na forma de se vestir, no falar, entre outros. O “capital cultural objetificado” se refere a posses de objetos culturais e, por

implicação, manifesta-se nos julgamentos de gosto envolvidos na sua aquisição. E, o “capital cultural institucionalizado”, por meio de diplomas e certificados, confere honra derivada primariamente das qualificações educacionais relacionadas ao diploma e à reputação da instituição de ensino.

Bourdieu (1983) procura inserir a ideia de cultura legítima, que é aquela que transcende o “esnobismo cultural” das frações menos ricas em capital cultural da classe média, pois se trata do bom gosto naturalmente adquirido no seio familiar e no ambiente escolar. Da educação familiar vem a herança cultural legítima, uma vez que apreciar uma boa música não advém da compra de discos na idade adulta, mas, sim, de ouvir desde a infância e de tocar na adolescência o piano da família. Assim, este autor introduz outro conceito, o *habitus*, que se refere à importância da herança cultural como forma de perpetuação das diferenças. Por meio de rotinas e hábitos compartilhados desde a juventude, em complemento ao acesso à educação, as diferenças de classe e capital cultural são reproduzidas de geração em geração, dificultando a mobilidade interclasse.

2.2 Estratificação social

As ideias desenvolvidas por Marx e Weber formam a base da maioria das análises sociológicas de classe e de estratificação social. A partir destes, diversos outros autores se esforçaram no sentido de construir instrumentos para a estratificação social, utilizando os mais diversos argumentos e variáveis. Por uma questão de espaço, as principais metodologias foram sintetizadas no Quadro 1 (em nível mundial) e no Quadro 2 (metodologias brasileiras).

Autores	Crítérios e Classes
Marx (apud GIDDENS, 1975)	Relação com os meios de produção: capitalistas e operários
Weber (1978)	Além da classe econômica, o <i>status</i> (poder e prestígio) e estilo de vida.
Warner, Meeker e Eells (1949)	Índice de Características de <i>Status</i> (ICS): ocupação, fonte de renda, tipo de casa e área de habitação.
Martineau (1958)	Dimensões: ocupação (peso 5), fontes de renda (peso 4), tipo de habitação (peso 3). Uma adaptação do ICS.
Wright (1997)	Propriedade de ativos de capital, controle diferenciado de ativos de qualificação e relação com o exercício de autoridade dentro da produção.
Goldthorpe (2000)	Ocupação profissional: classe de serviços (proprietários, administradores, gerentes, profissionais altamente especializados e outros), classe intermediária (empregados não manuais, vendedores, autônomos, pequenos proprietários e outros) e classe trabalhadora (baixa qualificação, trabalhadores manuais e do setor primário).
Birdsall, Graham e Pettinato (2000)	Renda <i>per capita</i> familiar: até 75%, entre 75% e 125%, acima de 125% em cada país.
Milanovic e Yitzhaki (2002)	Rendimento médio entre os valores do Brasil e da Itália.
Banerjee e Duflo (2008)	Despesa diária familiar: até US\$2, de US\$2 a US\$10 e acima de US\$10.
Ncube e Shimeles (2012)	Pesquisas de Demografia e Saúde (DHS) critérios: fonte de água para a família, condições de moradia e a posse de bens duráveis

Quadro 1: Principais critérios de classificação social em nível mundial

Fonte: Costa Filho (2016)

As metodologias de classificação mais amplamente conhecidas e aplicadas são baseadas em renda, ocupação e consumo básico. Porém, elas são fortemente criticadas por menosprezarem outros atributos importantes na distinção de classes. Costa (2013, p. 50) alerta para o seguinte: “pensar em medir condições de vida tendo a renda como principal variável é sempre uma aposta reducionista que deixa de fora

todas as outras variáveis necessárias para ter uma visão mais coerente e clara da sociedade”; assim como, classificações baseadas no consumo, pois o fato de consumidores comprarem coisas que anteriormente não tinham acesso não altera os seus padrões culturais e nem a estrutura social. Outras críticas referem-se ao fato de que estas classificações não sustentam uma perenidade dos seus ocupantes ao longo das suas gerações, já que a mobilidade social ocorre via mudanças multidimensionais no mercado de trabalho e no ambiente político, sustentadas por gerações.

Autores/Instituições	Crítérios e Classes
Critério Brasil (ABEP)	Características domiciliares, grau de instrução do chefe da família e disponibilidades de serviços públicos: A, B1, B2, C1, C2, D-E.
CPS-FGV	Renda mensal por pessoa, bens de consumo e ativos de produção: A, B, C, D e E
IBGE	Salários mínimos (SM) da família: Classe A com renda superior a 20 SM, a Classe B com renda entre 10 e 20 SM, a Classe C com renda entre 4 e 10 SM, a a Classe D com renda entre 2 e 4 SM e a a Classe E com renda inferior a 2 salários mínimos.
Data Popular	Renda <i>per capita</i> : A, B, C, D e E.
SAE	Renda domiciliar média: classes baixa, média e alta. Subdivididas em: extremamente pobre, pobre, vulnerável, baixa classe média, classe média, alta classe média, baixa classe alta e alta classe alta.
Santos (2005)	Ocupação profissional: capitalistas e fazendeiros, especialistas autoempregados, empregados especialistas, gerentes, pequenos empregadores, supervisores, contas próprias não agrícolas, trabalhadores, trabalhadores elementares, contas próprias precários, empregados domésticos e contas próprias agrícolas.
Souza (2009 e 2013)	Classes populares (“ralés” e “batalhadores”) e classes do privilégio (classe média e classe alta).
Quadros, Gimenez e Antunes (2013)	Ocupação profissional: alta classe média, média classe média, baixa classe média, massa trabalhadora e miseráveis.
Salata (2015)-	Classe Média, Classe Média Baixa, Classe Trabalhadora e Classe Baixa/Pobre.

Quadro 2: Principais critérios de classificação social no Brasil
Fonte: Costa Filho (2016).

Neste sentido, nenhuma destas metodologias privilegia o capital cultural como foco central da análise e até mesmo variáveis muito ligadas ao capital cultural são redirecionadas para uma avaliação econômica. Strehlau e Aranha (2004) fizeram um trabalho que se aproxima do intento desta pesquisa. Eles utilizaram a metodologia de Eastman, Goldsmith e Flynn (1999) para avaliar o consumo de *status*. Nesta tipologia, os autores utilizaram itens de três escalas: *status* (para medir o quão interessadas as pessoas estão por *status* na escolha de produtos), sociabilidade (para avaliar o quanto as pessoas se importam com a sua imagem perante as outras pessoas) e não funcionalidade (para medir se as pessoas abrem mão das funcionalidades dos produtos em prol do *status*). Porém, este trabalho avaliou o consumo de *status*, mas sem relacioná-lo com o capital cultural, ou seja, independentemente se de baixo ou de alto capital cultural, de modo geral, as pessoas estão em busca de *status*, isto é, enquanto uma pessoa compra roupas de luxo para se exhibir, outra pode comprar um instrumento musical para mostrar as suas habilidades musicais, e ambas (mesmo com níveis culturais diferentes) estão disputando *status* no jogo simbólico social.

Percebe-se, desta forma, como os conceitos e critérios evoluíram ao longo do tempo em uma tentativa dos estudiosos de adaptar as ferramentas desenvolvidas por outros pesquisadores, de modo que se aproximem ao máximo de realidades e contextos específicos. Assim sendo e evitando uma “leitura economicista e redutora

da realidade social”, denunciada por Souza (2013, p. 56), esta pesquisa buscou avaliar uma metodologia de identificação de classes sociais mais aderente à teoria de Bourdieu, valendo-se da experiência de Ustuner e Holt (2010), que consideraram critérios socioeconômicos e de capital cultural.

2.3 Critério para Classificação de Capital Cultural

O critério de classificação proposto por Costa Filho (2016) indica categorias de consumo cultural para mensurar o capital cultural, segundo este autor, elas foram escolhidas por melhor atenderem aos seguintes critérios: apresentar equidade em todo território nacional; indicar considerável perenidade (difíceis de serem incluídas no comportamento de consumo em um curto espaço de tempo); indicar distinção acentuada e; permitir, com relativa facilidade, a captação em um questionário estruturado. As principais categorias de consumo cultural indicados por este autor são:

a) **Ocupação profissional:** a posição do indivíduo no sistema de produção já era considerada desde Marx como o determinante fundamental da posição de classe. E esta ideia continuou sendo desenvolvida por diversos autores: Blishen (1958), Santos (2005) e Wright (2015), entre outros. Assim, Costa Filho (2016), argumenta que a sua proposição buscou privilegiar o capital cultural (complexidade das atividades, exigência de qualificação, envolvimento com atividades culturais etc.) e menos o rendimento pecuniário auferido pela ocupação profissional (algo já valorizado pelas classificações econômicas). Deste modo, foi desenvolvido um *ranking* de categorias profissionais (QUADRO 3) com as respectivas pontuações de capital cultural.

Níveis	Ocupações Profissionais (exemplos)
1. Serviço Manual (não exige qualificação)	Trabalhadores nível básico da construção civil (servente, auxiliares ...), domésticos (faxineiro, porteiro ...), do comércio (estoquista, repositor ...), de serviços (monitor de eventos, carregador, cobrador de ônibus, <i>motoboy</i> ...) e rurais.
2. Serviço de Apoio ou Administrativo Básico (requer algum curso ou treinamento básico)	Auxiliares (escritório, informática ...), recepcionista, caixa, secretário, telefonista e operador de <i>telemarketing</i> , cabeleireiro, motorista, pedreiro, eletricitista, pintor, segurança, militar (baixa patente, até sargento), mecânico, operador de máquinas básicas, cozinheiro, auxiliar de enfermagem e de laboratório, açougueiro, estagiário e estudante de graduação, produtor rural.
3. Vendas, Técnico Básico, Gerencial Básico ou Pequeno Empreendedor	Requer formação técnica ou superior: técnico em eletrônica, técnico em informática, secretário executivo, bibliotecário, vendedor, corretor, caixa de banco, supervisor de obra, supervisor de produção, supervisor e analista administrativo (financeiro, contábil ...), gerente de pequenas lojas, enfermeiro, laboratorista, operador de equipamentos/máquinas sofisticados, militar (alta patente, acima de sargento), <i>trainee</i> e estudante de pós-graduação. Dispensável formação técnica ou superior: empresário rural, pequeno empresário/comerciante (bancas de revistas, lanchonetes, barbearia ...), desportista.
4. Alto Nível Técnico ou Gerencial, Cultural de Nível Básico	Requer formação superior: supervisor técnico (manutenção, informática ...), analista/programador de informática, alta gerência (de grandes lojas, administrativo ...), professor nível médio. Dispensável formação superior: médio empresário, músico, ator, artista plástico.
5. Profissional Liberal Especializado, Cultural de Alto Nível	Médico, advogado, contador, professor universitário, engenheiro, jornalista, arquiteto, consultor, executivo de grandes empresas, grande empresário, produtor cultural (compositor, escritor, cineasta ...).

Quadro 3: Referências de ocupações profissionais para avaliação de capital cultural

Fonte: Costa Filho (2016, p. 364).

b) Qualidade da formação educacional: para Costa Filho (2016) a variável escolaridade talvez seja uma das mais importantes na avaliação de classe social, a diferença aqui é que ela considera não só a titulação, mas a qualidade das instituições, desmembrada em “Educação básica em instituições privadas” e “Curso superior em instituições renomadas”, tal o qual utilizado por Bourdieu (1984), quando ele destacava as instituições consagradas, considerando, em termos de capital cultural, como mais valiosos os diplomas das chamadas grandes *écoles*. Por “instituições renomadas” do ensino superior, Costa Filho (2016) sugere considerar como mais valiosos os diplomas de graduação das instituições que compõem o ranking das melhores universidades brasileiras, de acordo com o IGC (Índice Geral de Cursos), o qual “é um indicador de qualidade que avalia as instituições de educação superior”; sendo melhor pontuadas as instituições de ensino superior que atingirem a “faixa 5” do IGC.

c) **Leitura de livros:** com base em sua pesquisa e em diversos outros autores, Costa Filho (2016) ressalta que, mesmo sendo importante culturalmente, o hábito de leitura parece não ser o forte na cultura brasileira. Segundo ele, este quadro é agravado por pessoas de BCC, as quais simplesmente não leem livros, nenhum tipo de livro (técnico, literatura, dentre outros), elas preferem ler revistas, jornais ou assistir filmes baseados nos renomados livros. Assim sendo, as pessoas e os seus pais que têm o hábito de leitura, somam pontos à mensuração do seu capital cultural.

d) **Domínio de língua estrangeira:** Bourdieu (1984) já ressaltava a importância do domínio de línguas como um grande diferenciador de capital cultural, o que foi referendado por Lemos, Dubeux e Rocha-Pinto (2014). Assim, para Costa Filho (2016), dominar outra(s) língua(s), principalmente o inglês, significa *status*, ampliar as possibilidades profissionais, conseguir informações diferenciadas em pesquisas em outros idiomas, maior interação com estrangeiros no Brasil ou fora, conhecer mais profundamente outros países e, por conseguinte, maior incremento de capital cultural. Para tanto, não se trata de uma habilidade conseguida em um curto espaço de tempo, o que torna esta variável possivelmente ainda mais distintiva em termos de capital cultural e um preponderante item do consumo de *status*.

e) **Viagens internacionais (pacote e não pacote):** para Lemos, Dubeux e Rocha-Pinto (2014, p. 55), o hábito de viajar para o exterior é “outro elemento capaz de demarcar a condição de elite econômica e cultural de seus possuidores”. Mas, segundo Costa Filho (2016), a realização de viagens internacionais ocorreu em todos os seus níveis de capital cultural, portanto, medi-lo simplesmente pelo fato de ter ou não viajado não parece ser um bom indicador. Por outro lado, o capital cultural influencia em outros aspectos do consumo cultural: o planejamento da viagem, o propósito e o roteiro da viagem etc., e não exatamente na quantidade de viagens, que também pode estar muito relacionada ao capital econômico. E o domínio de outro idioma, principalmente o inglês e com uma bagagem cultural maior, o turista de ACC, (diferentemente de alguém de BCC), dispensa o pacote oferecido pelas agências de turismo, e isto faz toda a diferença no contexto geral da viagem internacional. Portanto, se a pessoa fizer alguma viagem internacional que não tenha sido via pacotes turísticos, ela obterá maior pontuação.

Por fim, para Costa Filho (2016) o cálculo do capital cultural combinado com uma classificação econômica, levaria a uma classificação social mais adequada (conforme apresentado na Figura 1). Deste modo, para Costa Filho (2016), a estratificação cultural, proposta para a sociedade brasileira, provavelmente, imitaria a classificação econômica, sendo, portanto, piramidal.

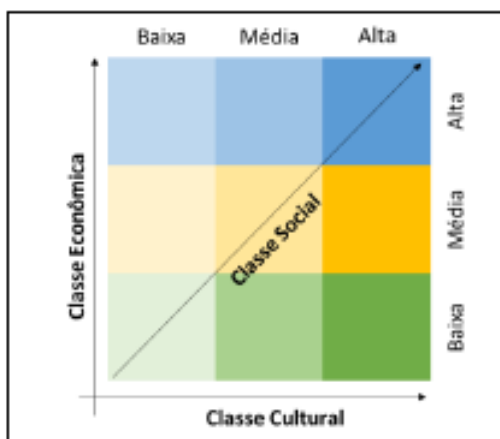


Figura 1: Proposição de classificação social combinando classificação econômica e cultural
 Fonte: Costa Filho (2016, p. 375).

3 METODOLOGIA

O tipo escolhido de pesquisa deste estudo quanto à abordagem foi o quantitativo e, dentre os tipos de estudos quanto à sua finalidade, optou-se pelo estudo descritivo, o qual permite “descrever ‘com exatidão’ os fatos e fenômenos de uma determinada realidade” (TRIVIÑOS, 1987, p. 110).

Uma das populações definida foi a da cidade de Belo Horizonte, MG, tendo em vista sua importância econômica e cultural no contexto brasileiro e enquanto um grande centro urbano. E as outras foram cidades do interior, representadas aqui pelas cidades de Bom Despacho e Florestal, ambas também do estado de Minas Gerais, para contrapor à grande oferta de atividades culturais normalmente presentes nas grandes cidades. A amostragem selecionada foi não probabilística por conveniência, porém, buscou-se estratificar a população em grupos de acordo com características comuns (classe econômica, escolaridade e faixa etária) conforme orienta Hair et al. (2006). A definição dos *clusters* em Belo Horizonte foi feita por *shoppings* e em função de suas localizações e representatividade de cada grupo social. Assim, foram identificados e selecionados os *shoppings* das classes econômicas baixa (*Shopping Oiapoque*), média (*Shopping Cidade*) e alta (*Diamond Mall*). Já nas cidades do interior, a estratificação foi realizada através da classificação econômica dos bairros proposta pelo IBGE. Nessas cidades, foram entrevistadas 28 pessoas, aleatoriamente, entre fev. e mai. de 2018, buscando um equilíbrio representativo de cada um dos grupos.

Para a coleta de dados foi utilizado questionário estruturado com questões para identificação e caracterização dos respondentes (idade, escolaridade, endereço etc.) e com questões para avaliação do critério de mensuração do capital cultural propostas pela metodologia de Costa Filho (2016). O questionário continha os critérios propostos por este autor, onde os respondentes deveriam dar notas de zero a dez, em função da importância de cada variável utilizada para mensuração de capital cultural.

Para a interpretação e análise dos dados da pesquisa de campo, foi realizada a tabulação dos resultados no Excel, e, posteriormente, a análise e comparação desses resultados, utilizando estatística descritiva (medidas de tendência central e de dispersão para a apresentação e a caracterização do conjunto de dados). Já que o tamanho da amostra não permitiria análises estatísticas sofisticadas Hair et al. (2006).

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1 Descrição dos Respondentes

Os resultados envolveram 57,2% dos respondentes do sexo feminino e, quanto à idade, 39,3% com idade entre 20 e 29 anos, 21,4% entre 30 e 39 anos, 17,9% até 19 anos e 10,7 % de respondentes com faixa etária acima de 40 anos. Quanto ao estado civil, pessoas solteiras representaram 64,4% dos respondentes, 25% casados, 7,1% viúvos e 3,5% divorciados. Em relação a escolaridade, apenas 25% declararam ter ensino superior completo, contudo 17,9% estão com a graduação em andamento, 32,2% possuem o ensino médio e 25 % concluíram somente o ensino fundamental, todavia a maioria frequentou a rede pública de ensino.

Nos resultados, observou-se ainda a predominância de estudantes (30%), aparecendo também respondentes com ocupação profissional de: vendedor, engenheiro civil, engenheiro mecânico, segurança, porteiro, auxiliar de escritório, doméstico, comerciante, professor, pedagogo, advogado, gerente de marketing e, também, dois respondentes que estavam desempregados no momento.

Ao final do questionário, o respondente era indagado se ele se considera de alto, médio ou baixo capital cultural. A partir desta questão, foi possível observar um domínio de pessoas que se afirmaram como sendo de médio capital cultural (64,3%), contra 17,85% de pessoas que disseram ser de alto capital cultural e 17,85% que se consideraram de baixo capital cultural.

4.2 Resultados Gerais

As entrevistas iniciavam-se que questões abertas com o intuito de explorar o que os respondentes entendiam como sendo pessoas de alto ou de baixo capital cultural. A partir destas questões, as diferenciações mais frequentes foram em relação ao modo de conversar e se relacionar, gozar de conhecimentos (ser culta), possuir ou não educação, estilo do vestuário, realizar viagens, frequentar cinema e teatro, ter o hábito de leitura, falar outro idioma, ser desatenta, dentre outros.

Em seguida, apresentava-se as variáveis propostas por Costa Filho (2016) e buscava-se a opinião dos respondentes a respeito da relevância destas variáveis para indicar o nível do capital cultural. A partir da análise da média das notas aplicadas pelos respondentes sobre cada critério apresentado (Tabela 1), os quais pediu-se que eles indicassem de zero a dez o quanto eles achavam que cada item influencia e indica diferença de nível cultural entre as pessoas, foi possível observar que as variáveis que obtiveram as maiores médias foram: a influência dos pais, a escolaridade e a leitura de livros.

A influência dos pais aparecer em primeiro lugar, com maior média entre as variáveis, corroborando com a ideia de Bourdieu (1983) sobre a cultura legítima, o que ele chama de bom gosto e que vem do seio familiar. Já a escolaridade e o hábito de ler livros, vão ao encontro das ideias de Costa Filho (2016), que os indica em seu critério para classificação do capital cultural. Ele afirma que a leitura de livros não é comum na cultura brasileira, principalmente às pessoas de baixo capital cultural, que simplesmente não leem livros, o que foi comprovado pelos exemplos dados nas respostas sobre essa variável, uma vez que a diferenciação citada por quase 60% da amostra é que as pessoas de alto capital cultural têm o costume de ler, “lê de tudo”, enquanto que as de baixo capital cultural não possuem esse hábito.

Em oposição, os critérios que receberam as menores notas, podendo ser descartados quanto a diferenciação de nível cultural, foram o estilo de filme, o fato de viajar “por conta própria” ou de excursão/pacote e o nível/renome da

faculdade/universidade. Quanto ao estilo da viagem, o resultado foi diferente daquele apresentado por Costa Filho (2016), pois ele acreditava que o diferencial entre as viagens feitas pelas pessoas de diferentes classes culturais era a forma como a viagem era programada, o propósito e o roteiro escolhido, o que não se comprovou nesta pesquisa. Esta divergência ocorreu também com a variável Nível/renome da faculdade/universidade.

Tabela 1 – Média e desvio padrão das variáveis

Variáveis	Média	Desvio padrão
Influência dos pais	9,7	0,8
Escolaridade	9,2	2,1
Leitura de livros	9,0	1,8
Diversão e o lazer nos finais de semana	8,1	2,6
Gosto musical	8,0	2,9
Falar fluentemente outro idioma	7,9	3,1
Viagens pelo Brasil	7,4	3,5
Ocupação profissional	6,8	3,4
Nível/renome da escola do ensino fundamental	6,7	3,7
Viajar para outros países	6,7	3,6
Leitura de revistas e jornais	6,5	3,6
Curso superior	6,0	3,6
Gosto por gastronomia	5,9	3,7
Nível/renome da faculdade/universidade	5,5	3,8
Viajar “por conta própria” ou de excursão/pacote	4,5	3,8
Estilo de filme	2,6	2,6

Fonte: Dados da pesquisa 2018

Com relação ao desvio padrão, percebe-se que aqueles que obtiveram menor variação de respostas, são a influência dos pais, a escolaridade, a leitura de livros e o estilo de filme, o que reforça a crença nas indicações do topo e da base da tabela.

4.3 Análise por segmento

Quando analisados os resultados por **nível de capital cultural dos indivíduos** (Tabela 2), dado coletado no final da entrevista, onde cada entrevistado apontou em qual nível ele se julgava pertencer, foi possível observar que houve uma concordância entre eles sobre os três principais critérios com maior média (influência dos pais, escolaridade e leitura de livros). Entretanto, apareceu, entre os representantes de baixo capital cultural, uma média alta também para ‘curso superior’, o que pode ser explicado pelo fato de que há poucas pessoas de baixo capital cultural (BCC) com graduação, considerado por eles como um diferencial. Quanto aos representantes de médio capital cultural (MCC), representados por 64,3% do total de questionários, apontaram ‘gosto musical’ como algo que irá diferenciar também, sendo citado como exemplo de preferência de BCC principalmente o *funk* e de alto capital cultural (ACC) a música clássica e MPB. Já a parcela que se considera de alto capital, além dos três critérios unânimes, indicou também o gosto musical, o falar fluentemente outro idioma e o nível/renome da escola de ensino fundamental, que foi diferenciado entre escolas públicas e particulares.

Com relação às variáveis com menores médias, o estilo de filme aparece novamente, podendo, com certeza, ser descartado como algo que irá diferenciar o capital cultural da população, e aparece também o nível/renome da faculdade e da escola de ensino fundamental, respectivamente, para o BCC; o fato de viajar “por conta própria” ou de excursão/pacote e de ter curso superior para aqueles de MCC; e para os representantes de ACC as outras menores médias ficaram para viajar “por conta própria” ou de excursão/pacote e o gosto por gastronomia.

Tabela 2 – Análise por Nível de Capital Cultural

Variáveis	Total	BCC	MCC	ACC
Influência dos pais	9,7	10,0	9,6	10,0
Escolaridade	9,2	10,0	8,8	10,0
Leitura de livros	9,0	10,0	8,4	10,0
Diversão e o lazer nos finais de semana	8,1	10,0	7,5	8,3
Gosto musical	8,0	5,8	8,1	10,0
Falar fluentemente outro idioma	7,9	7,2	7,6	10,0
Viagens pelo Brasil	7,4	8,2	6,7	9,2
Ocupação profissional	6,8	8,2	6,5	6,3
Nível/renome da escola do ensino fundamental	6,7	4,3	6,6	10,0
Viajar para outros países	6,7	8,2	5,9	7,6
Leitura de revistas e jornais	6,5	5,4	6,8	6,3
Curso superior	6,0	10,0	5,1	5,3
Gosto por gastronomia	5,9	4,6	6,8	4,4
Nível/renome da faculdade/universidade	5,5	4,0	5,3	7,3
Viajar “por conta própria” ou de excursão/pacote	4,5	7,5	3,9	4,0
Estilo de filme	2,6	3,6	2,2	3,2
Quantidade de Respondentes	28	5	18	5

Fonte: Resultados da pesquisa 2018

Outra análise realizada foi pelo **nível de escolaridade dos respondentes**, que pode ser observada na Tabela 3. Nela, é evidente, mais uma vez, a preponderância da influência dos pais nos resultados, comum a todos os níveis de escolaridade. Aqueles que possuem ensino superior, completo ou em andamento, concordaram sobre os principais critérios de distinção de classe cultural: influência dos pais, escolaridade e leitura de livros. Porém, as pessoas que já concluíram a graduação apontaram também o gosto musical, enquanto aquelas com superior incompleto consideraram que falar outro idioma também caracteriza alto nível cultural.

As principais variáveis apontadas pelos indivíduos que possuem ensino médio foram, além da influência dos pais, a leitura de livros e a diversão e o lazer nos finais de semana. E, aqueles com ensino fundamental, enfatizaram, além da influência dos pais, a escolaridade e a diversão e o lazer nos finais de semana.

Em relação aos critérios que menos aparecem como sendo importantes para a identificação de capital cultural, aqueles com média abaixo de 4,5, percebe-se uma variação em relação à escolaridade. As pessoas que já possuem ensino superior, não indicaram o curso superior como sendo um diferencial; aquelas com ensino médio não consideraram o nível/renome da faculdade/universidade e o fato de viajar “por conta própria” ou de excursão/pacote; e, já os que possuem somente ensino fundamental,

não apontaram o gosto por gastronomia. Sendo o estilo de filme coincidente em todos os níveis de escolaridade.

Tabela 3 – Análise por Nível de Escolaridade

Variáveis	Ensino superior completo	Ensino superior incompleto	Ensino médio	Ensino fundamental
Influência dos pais	10,0	10,0	9,7	9,4
Escolaridade	9,8	10,0	8,2	9,5
Leitura de livros	9,1	10,0	9,2	7,9
Diversão e o lazer nos finais de semana	8,3	6,8	8,8	8,1
Gosto musical	9,4	8,2	8,1	6,3
Falar fluentemente outro idioma	8,6	10,0	8,0	5,7
Viagens pelo Brasil	8,4	8,0	7,4	5,9
Ocupação profissional	6,3	6,6	7,1	6,9
Nível/renome da escola do ensino fundamental	7,0	7,8	6,2	6,3
Viajar para outros países	7,3	5,4	7,1	6,4
Leitura de revistas e jornais	6,8	7,8	6,1	6,0
Curso superior	3,8	6,2	6,8	6,9
Gosto por gastronomia	5,6	8,0	6,4	4,3
Nível/renome da faculdade/universidade	5,3	9,0	3,4	5,7
Viajar “por conta própria” ou de excursão/pacote	3,1	6,4	3,9	5,3
Estilo de filme	3,9	1,8	1,4	3,4
Quantidade de Respondentes	7	5	9	7

Fonte: Dados da pesquisa 2018

Outra análise realizada foi por **gênero** (Tabela 4), onde além das três principais variáveis que se destacaram e da variável que ficou ofuscada, houve uma alternância dos critérios apontados por homens e mulheres, já que, os homens destacaram também a diversão e o lazer nos finais de semana e descartaram o nível/renome da faculdade/universidade, enquanto as mulheres apontaram falar fluentemente outro idioma e excluíram viajar “por conta própria” ou de excursão/pacote.

Tabela 4 – Análise por Gênero

Variáveis	Total	Masculino	Feminino
Influência dos pais	9,7	9,9	9,6
Escolaridade	9,2	8,7	9,6
Leitura de livros	9,0	8,8	9,2
Diversão e o lazer nos finais de semana	8,1	8,7	7,6
Gosto musical	8,0	7,8	8,1
Falar fluentemente outro idioma	7,9	7,2	8,5
Viagens pelo Brasil	7,4	6,2	8,3
Ocupação profissional	6,8	5,8	7,5
Nível/renome da escola do ensino fundamental	6,7	4,6	8,3
Viajar para outros países	6,7	6,1	7,1
Leitura de revistas e jornais	6,5	5,6	7,3
Curso superior	6,0	5,7	6,3

Gosto por gastronomia	5,9	5,5	6,3
Nível/renome da faculdade/universidade	5,5	4,1	6,2
Viajar “por conta própria” ou de excursão/pacote	4,5	4,8	4,3
Estilo de filme	2,6	1,8	3,3
Quantidade de Respondentes	28,0	12	16

Fonte: Dados da pesquisa 2018

Foi feita ainda uma análise diferenciando por **região** (capital e interior), onde foi possível observar o domínio dos critérios já apresentados, como influência dos pais, escolaridade, leitura de livros, falar fluentemente outro idioma, estilo de filme e viajar “por conta própria” ou de excursão/pacote. Contudo, nota-se o destaque da variável ‘leitura de revistas e jornais’, destacada pela baixa média indicada pelos respondentes do interior, que pode ser justificado pelo fato de pessoas do interior não terem o costume de ler revistas e jornais (principalmente aqueles mais conceituados), eles se interessam no máximo por veículos de notícias populares.

Tabela 5 – Análise por região (capital x interior)

Variáveis	Total	Capital	Interior
Influência dos pais	9,7	10,0	9,0
Escolaridade	9,2	9,4	8,7
Leitura de livros	9,0	9,4	7,9
Diversão e o lazer nos finais de semana	8,1	8,4	7,4
Gosto musical	8,0	7,9	8,4
Falar fluentemente outro idioma	7,9	7,6	8,9
Viagens pelo Brasil	7,4	7,6	6,9
Ocupação profissional	6,8	6,6	7,3
Nível/renome da escola do ensino fundamental	6,7	7,1	5,7
Viajar para outros países	6,7	6,0	8,7
Leitura de revistas e jornais	6,5	7,4	4,0
Curso superior	6,0	6,1	6,0
Gosto por gastronomia	5,9	5,6	7,2
Nível/renome da faculdade/universidade	5,5	5,9	4,2
Viajar “por conta própria” ou de excursão/pacote	4,5	4,6	4,1
Estilo de filme	2,6	2,3	3,4
Quantidade de Respondentes	28,0	7	21

Fonte: Dados da pesquisa 2018

Por fim, analisou-se os dados através da segmentação por **classes econômicas**, onde o resultado encontrado está representado na Tabela 6.

Tabela 6 – Análise por Classe Econômica

Variáveis	Total	Classe Alta	Classe Média	Classe Baixa
Influência dos pais	9,7	10,0	9,6	9,7
Escolaridade	9,2	9,8	9,3	8,8
Leitura de livros	9,0	9,7	8,9	8,7
Diversão e o lazer nos finais de semana	8,1	7,2	7,5	9,2
Gosto musical	8,0	9,2	9,4	6,0

Falar fluentemente outro idioma	7,9	9,8	9,1	5,7
Viagens pelo Brasil	7,4	8,8	6,3	7,7
Ocupação profissional	6,8	7,8	7,0	6,1
Nível/renome da escola do ensino fundamental	6,7	8,8	6,8	5,6
Viajar para outros países	6,7	7,2	6,5	6,6
Leitura de revistas e jornais	6,5	7,8	5,8	6,7
Curso superior	6,0	5,2	5,7	6,7
Gosto por gastronomia	5,9	6,8	6,6	4,8
Nível/renome da faculdade/universidade	5,5	7,2	4,8	5,3
Viajar “por conta própria” ou pacote	4,5	2,0	5,1	5,3
Estilo de filme	2,6	3,7	2,5	2,2
Quantidade de Respondentes	28	6	11	11

Fonte: Dados da pesquisa 2018

Com essa análise foi possível observar algumas modificações: o fato de a classe alta e média considerarem falar fluentemente outro idioma como algo que distingue classe cultural, com uma média acima de 9, enquanto a classe baixa teve nota de 5,7 para esse mesmo critério; além disso, a classe baixa indicou como diferencial entre nível cultural a diversão e o lazer nos finais de semana, com média 9,2, o que não foi tão relevante para as classes média e alta.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa se propôs a analisar a metodologia de avaliação de capital cultural, uma vez que a mecânica e as consequências sociais do consumo de *status* tem ganhado visibilidade e importância nos últimos anos. Para isso, foi elaborado um questionário estruturado e foram abordadas 28 pessoas, residentes de Belo Horizonte, Florestal e Bom Despacho, ambas cidades de Minas Gerais, buscando uma variação das classes econômicas dos respondentes.

Dos critérios apresentados, foi notório o destaque da influência dos pais, da escolaridade e da leitura de livros como critérios que diferenciam classe cultural, observados no topo de todas as análises realizadas. Se sobressaem também o modo de diversão e do lazer nos finais de semana, o gosto musical e falar fluentemente outro idioma. Por outro lado, das variáveis apontadas pela pesquisa, podemos descartar o estilo de filme como algo que diferencie o capital cultural dos indivíduos, bem como, as variáveis gosto por gastronomia, nível/renome da faculdade/universidade e viajar “por conta própria” ou de excursão/pacote também não foram respaldadas como diferenciadoras consideráveis de capital cultural por esta pesquisa. As análises por categorias (classe econômica, capital cultural, região, gênero, idade e grau de escolaridade) não apresentaram grandes divergências dos resultados gerais, em especial aquelas variáveis com maior ou menor importância para a diferenciação do capital cultural.

Com a realização dessa pesquisa, observou-se uma dificuldade das pessoas em diferenciar o que seria capital econômico e capital cultural, principalmente indivíduos de baixo capital cultural. Além disso e em função do tamanho e amplitude da amostra, sugere-se, para futuras pesquisas, ampliar a amostragem, tendo um número mais significativo e abrangente de respondentes. Portanto, o presente estudo não pretende generalizar os resultados sobre classificação social, mas procurou

ampliar o entendimento com relação aos critérios propostos por Costa Filho (2016), além de indicar outros que também podem ser utilizados.

REFERÊNCIAS

- BANERJEE, A.; DUFLO, E. What is middle class about the middle classes around the world? **Journal of Economic Perspectives**, Nashville, v. 22, n. 2, p. 3-28, 2008.
- BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo**. São Paulo: Edições 70, 1981. 70 p.
- BIRDSALL, N.; GRAHAM, C.; PETTINATO, S. **Stuck in the tunnel**: is globalization muddling the middle class. Washington: Center Social and Economic Dynamics, 2000.
- BLISHEN, B. R. The construction and use of an occupational class scale. **Canadian Journal of Economics and Political Science**, Ottawa, v. 24, n. 4, p. 519-525, 1958.
- BOURDIEU, P. **Distinction**. London: Routledge, 1984. 613 p.
- BOURDIEU, P. Gostos de classe e estilos de vida. In: ORTIZ, R. (Org.). **Pierre Bourdieu: sociologia**. São Paulo: Ática, 1983. p. 1-41.
- BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Assuntos Estratégicos. **Vozes da classe média**. Brasília: Marco Zero, 2012. 52 p.
- CASTILHOS, R. B. Subindo o morro: consumo, posição social e distinção entre famílias de classes populares. In: ENANPAD, 31. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007. p. 1-11.
- COSTA, L. C. Classes médias e as desigualdades sociais no Brasil. In: BARTELT, D. D. (Org.). **A “nova classe média” no Brasil como conceito e projeto político**. Rio de Janeiro: Fundação Heinrich Böll, 2013. p. 43-45.
- COSTA FILHO, C. G. **Capital cultural e o consumo de status na classe média brasileira**. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade Federal de Lavras, Lavras-MG, 2016.
- DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004. 340 p.
- EASTMAN, J. K.; GOLDSMITH, R. E.; FLYNN, L. R. Status consumption in consumer behavior. **Journal of Marketing Theory and Practice**, London, v. 7, n. 3, 1999.
- ESTANQUE, E. **O 'efeito classe média'**: desigualdades e oportunidades no limiar do século XXI. Coimbra: Universidade de Coimbra, 2002.
- GAIÃO, B. F. S.; SOUZA, I. L.; LEÃO, A. L. M. S. Consumer culture theory (CCT) já é uma escola de pensamento em marketing? **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 52, n. 3, 2012. 14
- GIDDENS, A. **A estrutura de classes das sociedades avançadas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1975. 145 p.
- GOLDTHORPE, J. H. **On sociology**: numbers, narratives, and the integration of research and *theory*. New York: Oxford University Press, 2000. 352 p.
- HAIR JR, J. F.; BABIN, B.; MONEY, A. H.; e SAMOUEL, P. **Fundamentos de Métodos de Pesquisa em Administração**. Porto Alegre. Ed. Bookman. 2006.
- HENRY, P.; CALDWELL, M. Spinning the proverbial wheel?: social class and marketing. **Marketing Theory**, London, v. 8, n. 4, p. 387-405, 2008.
- KAMAKURA, W.; MAZZON, J. A. Critérios de estratificação e comparação de classificadores socioeconômicos no Brasil. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 56, n. 1, 2016.
- LAMONT, M. **Money, morals, and manners**: the culture of the French and American Upper-Middle Class. Chicago: University of Chicago Press, 1992. 350 p.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing**: uma orientação aplicada. São Paulo: Bookman, 2012.

MARTINEAU, P. Social classes and spending behavior. **Journal of Marketing**, Chicago, v. 23, 1958.

MATTOSO, C. L. Q. Classes Sociais: uma discussão sobre os conceitos na sociologia e antropologia e sua incorporação ao marketing. **RECADM**, Campo Largo, v. 5, n. 2, p. 1-13, 2006.

MAUSS, M. Ensaio sobre a dádiva: forma e razão da troca nas sociedades arcaicas. In: _____. **Sociologia e antropologia**. São Paulo: EPU, 1974. p. 37-184.

MEIRELLES, R. **Carne suína e a nova classe média brasileira**. São Paulo: Data Popular, 2011.

MILANOVIC, B.; YITZHAKI, S. Decomposing world income distribution: does the world have a middle class? **Review of Income and Wealth**. V. 48, n. 2, p. 155-178, 2002.

NCUBE, M.; SHIMELES, A. **The making of the middle class in Africa**. African Development Bank, 2012. Disponível em: <<http://www.afdb.org/fileadmin/uploads/afdb.pdf>>. Acesso em: 16 jul. 2018.

NERI, M. C. **A nova classe média**: o lado brilhante dos pobres. Rio de Janeiro: FGV/CPS, 2010.

QUADROS, W. J.; GIMENEZ, D. M.; ANTUNES, D. J. N. Afinal, somos um país de classe média?: mercado de trabalho, renda e transformações sociais no Brasil dos anos 2000. In: BARTELT, D. D. (Org.). **A “nova classe média” no Brasil como conceito e projeto político**. Rio de Janeiro: Fundação Heinrich Böll, 2013. p. 32-42.

SALATA, A. R. Quem é classe média no Brasil? **Dados - Revista de Ciências Sociais**, Rio de Janeiro, v. 58, n. 1, p. 111-149, 2015.

SANTOS, J. A. F. Uma classificação socioeconômica para o Brasil. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v. 20, n. 58, p. 27-44, 2005.

SIMMEL, G. Fashion. **International Quarterly**, Oxford, v. 10, p. 275-291, 1904.

SLATER, D. **Cultura do consumo & modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002. 132 p.15

SOUZA, J. **A ralé brasileira**: quem é e como vive. Belo Horizonte: UFMG, 2009. 72p.

SOUZA, J. A invisibilidade da luta de classes ou a cegueira do economicismo. In: BARTELT, D. D. (Org.). **A “nova classe média” no Brasil como conceito e projeto político**. Rio de Janeiro: Fundação Heinrich Böll, 2013. p. 55-68.

STREHLAU, S.; ARANHA, F. Adaptação e validação da escala de consumo de *status* (SCS) para uso no contexto brasileiro. **Revista de Administração FACES Journal**, Belo Horizonte, v. 3, n. 1, 2004.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987. 175 p.

USTUNER, T.; HOLT, D. B. Toward a theory of status consumption in less industrialized countries. **Journal of Consumer Research**, Gainesville, v. 37, p. 37-56, June 2010.

VEBLEN, T. **A teoria da classe ociosa**. São Paulo: Ed. Abril, 1988. 182 p.

WARNER, W. L.; MEEKER, M.; EELLS, K. **Social class in America**: a manual of procedure for the measurement of social status. Oxford: Science Research Associates, 1949. 265 p.

WEBER, M. **Economy and society**. Davis: California University, 1978. v. 1, 1470 p.

WRIGHT, E. O. Class analysis. **Revista Brasileira de Ciência Política**, Brasília, n. 17, 2015.

YACCOUB, H. A chamada "nova classe média": cultura material, inclusão e distinção social. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, v. 17, n. 36, p. 197-231, 2011.