

Proposição de um Critério Para Mensuração de Capital Cultural na Sociedade Brasileira

CUSTÓDIO GENÉSIO DA COSTA FILHO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA (UFV)

RENATO BORGES FERNANDES
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE PATOS DE MINAS (UNIPAM)

RONALDO PEREIRA CAIXETA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE PATOS DE MINAS (UNIPAM)

Agradecimento à órgão de fomento:

À FAPEMIG (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais) e à CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior).

Proposição de um Critério Para Mensuração de Capital Cultural na Sociedade Brasileira

1 Introdução

O entendimento da mecânica e das consequências sociais do consumo utilizado para expressar a posição social (denominado consumo de *status* ou de estilo de vida) tem sido o centro de um rico debate teórico (BOURDIEU, 1984; SIMMEL, 1904; VEBLÉN, 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 capitais: econômico, social e 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, as práticas de consumo classificatórias podem ser capazes de contribuir para a reprodução das fronteiras entre grupos de posições sociais distintas, ou mesmo estabelecer distinções dentro de um grupo social definido. Para 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 predizer o comportamento de consumo, uma vez que esta é uma relevante expressão de *status* e de distinção social. Todavia, a estratificação social é um processo complexo, multifacetado e o conceito de classe social 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 são assuntos que ainda não encontraram consenso entre estudiosos (ESTANQUE, 2002). No Brasil, os estudos mais importantes sobre classificação social adotam critérios muito diferenciados para estabelecer os estratos (BRASIL, 2012; NERI, 2010; QUADROS; GIMENEZ; ANTUNES, 2012).

Uma corrente de autores afirma que se deve avaliar a posição de classe não apenas quanto à renda, emprego ou consumo básico, mas também a 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, métricas de classificação social e análise do consumo têm empregado basicamente variáveis econômicas. 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”. Mauss (1974) afirma que relações sociais e de troca ocorrem para atender necessidades culturais e não somente econômicas; e mais, compondo aquilo 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.

Portanto, conforme afirma Bourdieu (1984), o capital cultural passou a representar um fator de destaque na determinação da classe social e do comportamento de consumo, mas o

problema é que esta dimensão tem sido negligenciada pelas diversas metodologias de classificação social. Assim sendo, este trabalho objetivou propor uma metodologia de avaliação do capital cultural, que possa ser combinada com uma classificação econômica em direção a uma classificação social mais ampla.

Uma classificação que inclua aspectos culturais é importante uma vez que Bourdieu (1984) assegura que o capital cultural é um recurso valioso, pois pode ser transformado em capital social e capital econômico e pode ser utilizado como fonte de valor e de distinção social. Este trabalho se justifica uma vez que houve pouca pesquisa para se entender a natureza da relação entre valores, motivações e processo de informação e a decisão de compra interclasses, seja pela inadequação de instrumentos ou de esquemas de classificação social (MATTOSO, 2006), constituindo-se, assim, uma contribuição valiosa no sentido de fomentar uma discussão em torno da construção de um instrumento útil para avaliar o capital cultural, já que “os bens não são mais valorados economicamente, mas, sim, simbólica e culturalmente” (GAIÃO; SOUZA; LEÃO, 2011, p. 332), porém, as métricas utilizadas atualmente consideram basicamente aspectos econômicos. Ademais, segundo Santos (2005), a Sociologia brasileira tem se engajado de forma insuficiente na investigação empírica das divisões socioeconômicas presentes no Brasil. Isto se agrava uma vez que a especificidade da estrutura de classes no Brasil reside numa grande heterogeneidade socioeconômica e de exclusão. Isto significa que a compreensão das influências do capital cultural pode trazer inúmeras contribuições para as ciências sociais como um todo.

2 Referencial Teórico

2.1 Capital cultural e classe social

O estudo do comportamento do consumidor passa pela concepção de que o consumo é um processo essencialmente cultural, uma vez que ele funciona universalmente como elemento de construção e afirmação de identidades, diferenciação, exclusão e inclusão social que media relações e práticas sociais (BARBOSA, 2004). 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 (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2004).

Veblen (1988) destaca o papel do consumo não apenas como forma de suprir necessidades utilitárias dos consumidores e advoga a função comunicadora do consumo, que caracteriza as relações sociais e forma as estruturas da sociedade. 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.

Há uma nova forma de interpretar a utilidade das mercadorias, Sahlins (1979) afirma que a cultura não deve ser analisada como uma variável a considerar, mas, sim, como um ponto de partida analítico, haja vista que é por meio dela que os indivíduos se constituem e se classificam na sociedade. Desta forma, a sociedade capitalista ocidental e a produção de bens são gêneses da estrutura cultural instituída, que é constituída justamente pelas diferenças significativas entre os produtos que são os elementos que formam o esquema geral de classificação social.

Para Baudrillard (1981), o consumo compreende dois aspectos básicos: o processo de significação e de comunicação, bem como o processo de classificação e de diferenciação. Ou seja, os objetos traduzem-se em sinais capazes de indicar hierarquia social. Barbosa e Campbell (2006) acrescentam que o consumo pode ser entendido como um processo social que produz sentidos e identidades. Segundo os autores, o consumo exerce um papel central na sociedade,

em virtude de sua capacidade de criar e recriar a lógica cultural, com base nas relações de troca. Os significados culturais implícitos nos bens e serviços transcendem o contexto das relações de troca e acaba classificando as pessoas por aquilo que elas consomem. Nesse sentido, os bens e serviços têm papel fundamental na interpretação e classificação de *status* na sociedade.

Em um período em que estudos econômicos deterministas predominavam, Bourdieu (1984) reestabeleceu o papel fundamental da cultura na desigualdade social (LE ROUX *et al.*, 2008), e sobre o 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 o autor, julgamentos de gostos e preferências não são reflexo da estrutura social, mas um meio de afirmar ou de conformar uma vinculação social. Ele expõe duas ideias centrais. De um lado, relações de poder, como categoria de dominação, são analisadas pela metáfora do capital cultural, em que se apoia o princípio da reprodução social. De outro, entrecruzamento das relações de poder com as várias formas de ações organizadas favorece a capacidade dos indivíduos para elaborar estratégias que, contudo, não ultrapassam as relações de desigualdades sociais (VASCONCELLOS, 2002).

Para Bourdieu (1984), a vida social pode ser concebida como um jogo multidimensional de *status* em que as pessoas fazem uso de três tipos de recursos (econômico, social e 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 corporificado (onde o conhecimento prático, habilidades e disposições, manifestam-se no comportamento, na forma de se vestir, no falar, entre outros); o objetificado (que se refere a posses de objetos culturais e, por implicação, manifesta-se nos julgamentos de gosto envolvidos na sua aquisição); e o institucionalizado (por meio de diplomas e certificados, que conferem honra derivada primariamente relacionada ao diploma e à reputação da instituição de ensino).

Bourdieu (1983) procura inserir a ideia de cultura legítima, que transcende o esnobismo cultural de frações menos ricas em capital cultural da classe média, pois se trata do bom gosto adquirido de dois modos: o aprendizado precoce, obtido desde a infância no seio familiar e o tardio, fruto do ambiente escolar. A educação familiar parece ser o cerne da questão, pois de lá 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, o autor introduz o conceito de *habitus*, que se refere à importância da herança cultural como forma de perpetuar as diferenças. Por meio de rotinas e hábitos compartilhados desde a juventude, em complemento ao acesso à educação, diferenças de classe e capital cultural são reproduzidas de geração em geração, dificultando a mobilidade interclasse.

O conceito de *habitus* corresponde a uma matriz, determinada pela posição social do indivíduo, e que lhe permite pensar, ver e agir nas mais variadas situações. O *habitus* traduz, dessa forma, estilos de vida, julgamentos políticos, morais e estéticos, que irão se refletir em diversos aspectos da vida social, com destaque para o consumo cultural. Ele é também um meio de ação que permite criar e/ou desenvolver estratégias individuais ou coletivas. Pierre Bourdieu elabora, assim, um sistema teórico que não cessará de desenvolver: as condições de participação social seriam baseadas na herança social. O acúmulo de bens simbólicos e outros estão inscritos nas estruturas do pensamento (mas também no corpo) e são constitutivos do *habitus* pelo qual os indivíduos elaboram suas trajetórias e asseguram a reprodução social (SOUSA, 2004).

2.2 Estratificação social

Historicamente, as ideias desenvolvidas por Marx e Weber formam a base da maioria das análises sociológicas de classe e estratificação. Para Marx, classe é um grupo de pessoas que se encontra em uma relação semelhante com os meios de produção, ou modos pelos quais extraem seu sustento. A principal distinção é entre classe operária e a capitalista (GIDDENS, 1975).

Mas, para Weber, estratificação social não é somente uma questão de classe, mas também de *status*, que se refere às diferenças entre grupos sociais quanto ao poder e prestígio (formando, juntamente com a classe, as três dimensões de desigualdade social). Sinais e símbolos de *status*, como moradia, forma de vestir e falar e ocupação, que constituem o estilo de vida do indivíduo, caracterizam sua posição na sociedade (GIDDENS, 1975; WEBER, 1978).

Desta forma, diversos outros autores se esforçaram no sentido de construir instrumentos para estratificação social, utilizando os mais diversos argumentos e variáveis. Por uma questão de espaço, as principais metodologias foram sintetizadas nas Figuras 1 e 2.

Autores	Critérios e Classes
Marx (<i>apud</i> 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 o 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

Figura 1. Principais critérios de classificação social em nível mundial

Autores/Instituições	Critérios 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 recebidos pela família: Classe A com renda superior a 20 salários mínimos (SM), a Classe B com renda entre 10 e 20 SM, a Classe C com renda entre 4 e 10 SM, a Classe D com renda entre 2 e 4 SM e a a Classe E com renda inferior a 2 salários mínimos.
Instituto 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, 2010)	Classes populares (“ralés” e “batalhadores”) e classes do privilégio (média e alta).
Quadros, Gimenez e Antunes (2012)	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.

Figura 2. Principais critérios de classificação social no Brasil

Apesar de serem fortemente criticadas, as metodologias de classificação mais amplamente conhecidas e aplicadas são baseadas em renda, ocupação e consumo básico. Mas,

segundo Costa (2013, p. 50), “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.

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 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 exibir, outra pode comprar um instrumento musical para mostrar as suas habilidades musicais, e ambas estão disputando *status* no jogo simbólico social.

Percebe-se, desta forma, como os conceitos e critérios evoluíram ao longo do tempo. Porém, há de se considerar que, em virtude das peculiaridades de cada localidade, algumas adaptações também precisam ser feitas para o melhor ajuste das ferramentas às características de cada país ou cultura. Assim sendo e evitando uma “leitura economicista e redutora da realidade social” (SOUZA, 2013, p. 56), esta pesquisa buscou propor 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.

3 Metodologia

Utilizou-se neste estudo uma abordagem qualitativa, com finalidade descritiva, que permite “descrever [...] fatos e fenômenos de uma [...] realidade” (TRIVIÑOS, 1987, p. 110).

A unidade de análise foi a classe média de Belo Horizonte, MG, tendo em vista sua importância econômica e cultural no contexto brasileiro. Os sujeitos da pesquisa foram homens das classes B (média), com idades entre 25 e 45 anos, já em fase adulta. Esta escolha procurou atenuar a influência de outras variáveis importantes, como sexo e idade. Como critério de seleção dos entrevistados, optou-se pela adoção do Critério de Classificação Econômica Brasil (CCEB), desenvolvido pela Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (ABEP, 2014).

Com base nos pressupostos de Bourdieu (1984) e objetivando classificar os informantes, conforme intensidade de capital cultural, para permitir a comparação e o entendimento da influência dos diferentes níveis no comportamento de consumo cultural, foi utilizada a escala de capital cultural desenvolvida por Holt (1998) e utilizada por Ustuner e Holt (2010). Esta escala utiliza os níveis educacional e ocupações profissionais do pai e do entrevistado como medida. Reconhecendo a importância cada vez maior das mulheres na sociedade brasileira e grande aumento no nível de escolaridade feminino nos últimos anos (FRIEDLAND *et al.*, 2007), foram incorporadas a escolaridade e a ocupação da mãe na metodologia aqui utilizada. No entanto, considerou-se que o *status* conferido a um diploma de uma universidade federal ou particular renomada seja mais qualificado e, portanto, na quantificação do capital cultural esse fator foi considerado. Cabe destacar que Bourdieu também fez essa distinção, considerando mais valiosos, em termos de capital cultural, os diplomas das chamadas *grandes écoles*.

Deste modo, o nível de escolaridade recebeu as seguintes pontuações: menor que o ensino médio (1 pt.); ensino médio e curso técnico completos (2 pts.); superior incompleto (3 pts.); curso superior completo em IES Privada não renomada (4 pts.); curso superior completo em IES Federal e Privada renomada, exemplo: PUC e FGV (5 pts.) e; pós-graduação ou mestrado completos (6 pts.). A ocupação profissional recebeu a seguinte pontuação: serviço manual ou doméstico que não requer qualificação (1 pt.); serviço de apoio ou administrativo básico que requer algum curso ou treinamento (2 pts.); vendas, técnico básico, gerencial básico ou pequeno empreendedor que requer formação técnica ou superior (3 pts.); alto nível técnico ou gerencial, cultural de nível básico que requer formação superior (4 pts.) e; produtores culturais, profissional liberal especializado, como médicos, advogados e engenheiros, trabalhando na área (5 pts.). O capital cultural é calculado pela metade da soma da pontuação total dos pais, somada à pontuação total entrevistado. Portanto, a pontuação total poderá variar de 4 a 22 pontos.

Para a coleta de dados (que ocorreu no período de julho a setembro de 2015) e objetivando avaliar as diferenças no comportamento de consumo de *status* entre diferentes níveis de capital cultural, foram realizados dois grupos de discussão com respondentes da classe média: um grupo com oito participantes do nível Baixo Capital Cultural (BCC), com até 13 pontos e; outro grupo, também com oito integrantes, do nível Alto Capital Cultural (ACC), acima de 13 pontos. Além disso, foram realizadas 18 entrevistas individuais semiestruturadas (sendo nove com pessoas de ACC e também nove com pessoas de BCC), com utilização do critério qualitativo de fechamento amostral por saturação teórica.

Foi utilizada a análise de conteúdo, via a técnica categorial temática, para interpretação dos dados da pesquisa de campo, a qual, para Bardin (2004), compõe-se de três etapas: a) pré-análise: fase de organização, que pode utilizar vários procedimentos, como leitura flutuante, hipóteses, objetivos e elaboração de indicadores que fundamentem a interpretação; b) exploração do material para codificar os dados das unidades de registro e; c) tratamento e interpretação dos resultados, que consiste na classificação dos elementos, segundo suas semelhanças e diferenciação, com posterior reagrupamento por similaridade.

4 Análise e discussão dos resultados

A intenção deste trabalho é propor categorias que poderiam compor um critério para avaliação do capital cultural na sociedade brasileira e que indiquem diferenças no consumo de *status*. Esta proposição inicial está sujeita a críticas e carece de validações. As categorias sugeridas poderiam compor um instrumento de pesquisa isoladamente ou mesmo serem inseridas em um questionário de avaliação econômica. Vale lembrar que as principais metodologias brasileiras avaliam basicamente o capital econômico, mas, “definir ‘classes’ é muito mais que definir renda” e, para classificar “identidades de grupos ou estratos sociais, precisamos muito mais do que renda ou tipo (ou intensidade) de consumo” (YACCOUB, 2011, p. 208). E Kamakura e Mazzon (2016, p. 66) admitem que parece ser baixo o “poder explanatório” (de 0% a 46%) de metodologias socioeconômicas sugeridas pela ABEP (2014) e SAE (BRASIL, 2012), para explicar o consumo, e isto abre espaço para o poder de influência do capital cultural no comportamento de consumo.

Este artigo compõe uma pesquisa mais ampla que avaliou as influências do capital cultural no comportamento de consumo de *status* na classe média brasileira, ou seja, avaliou pessoas com o mesmo nível de renda (classe B), mas com diferenças de capital cultural. Tais diferenças foram detalhadas em outros artigos e aqui, por uma questão de espaço, resumidamente, pode-se dizer que uma pessoa de BCC busca *status* em itens de fácil percepção visual e que possam ser divulgados principalmente em redes sociais virtuais; por outro lado, uma pessoa de ACC investe mais em si mesma e na sua intelectualidade. Em outras palavras, em busca de *status*, uma pessoa se vale de recursos materiais e a outra de recursos intelectuais. Algo próximo do encontrado por Holt (1998), em que pessoas de BCC buscam a abundância

de coisas que são popularmente entendidas como luxo (casas espaçosas, viagens em cruzeiros, carros luxuosos, fartura de comida, dentre outros) e aquelas de ACC valorizam aspectos metafísicos da vida (aquilo que é criativo, contemplativo, estetizado).

4.1 Categorias úteis para a mensuração do Capital Cultural

As categorias de consumo cultural, aqui indicadas para mensurar o capital cultural, foram escolhidas por 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 categorias aqui propostas são bem diferentes daquelas utilizadas por Bourdieu (1983), para avaliar a sociedade francesa na década de 1960 (compositores musicais, estações de rádio, posse de eletrola, discos, museus e competência em pintura e em fotografia), por se tratar de uma época e sociedade diferentes e em função dos requisitos definidos para a escolha das categorias aplicadas ao contexto atual brasileiro.

Algumas variáveis propostas adiante, para avaliar o capital cultural, demandam também de certo nível de capital econômico, mas não somente. Em princípio, esta dependência não foi entendida como um limitador, uma vez que Bourdieu (1983) considera que a cultura legítima exige dinheiro e tempo para se estabelecer.

No meio popular e na literatura, é muito comum a expressão “novo rico” (USTUNER; HOLT, 2010), ou “nova pequena burguesia” (BOURDIEU, 1983), a qual designa alguém que rapidamente cresceu financeiramente, mas não intelectualmente na mesma velocidade. Isto indica que parece ser possível, em uma geração, haver crescimento econômico, mas isto parece improvável em relação ao capital cultural. Portanto, considerou-se que é a partir da segunda geração que o capital cultural se consolida em intelectualidade legítima (TRIG, 2001) e, mais uma vez, respeitando a importância do *habitus* familiar defendido por Bourdieu (1984). Assim sendo, todas as categorias propostas devem ser medidas considerando os respondentes e os seus pais (ou pessoas responsáveis pela sua educação e da sua convivência ao longo da sua infância, adolescência e juventude). E, para a avaliação de uma família, seria necessário tomar os dados do casal e de todos os seus pais. Os campos sociais de consumo cultural escolhidos são:

a) Ocupação profissional

A posição do indivíduo no sistema de produção já era considerada desde Marx como determinante da posição de classe. Esta ideia continuou sendo desenvolvida por diversos autores (cf. SANTOS, 2005; WRIGHT, 2015). Segundo Quadros, Gimenez e Antunes (2012, p. 7), “o emprego é o alicerce da inserção do indivíduo em sociedades como a brasileira e, depois da propriedade, é a base da desigualdade social”. Diante desta importância, ocupações profissionais que envolvem maior complexidade, liderança ou estejam diretamente ligadas a atividades culturais, foram melhor pontuadas. Portanto, não se considera somente a formação profissional, mas considera-se aqui a ocupação profissional. Aqui, também, foram utilizadas as categorias indicadas por Quadros, Gimenez e Antunes (2012), Lemos, Dubeux e Rocha-Pinto (2014) e Ustuner e Holt (2010).

Wright (2015) contribui com esta temática, ao fornecer uma matriz com estrutura de classes de doze posições (não doze classes), baseadas nas polaridades sobre qualificações, autoridade, meios de produção e número de empregados. Santos (2005) também destina especial atenção à ocupação profissional, ainda que seja para indicar a classe econômica. Baseado em Wright e Goldthorpe, ele propôs uma classificação que inclui categorias de classe, da maior para a menor renda média, em: capitalistas e fazendeiros, especialistas autoempregados (médicos, advogados *etc.*), empregados especialistas, gerentes, pequenos empregadores, supervisores, contas próprias não agrícolas, trabalhadores, trabalhadores elementares, contas próprias precários, empregados domésticos e contas próprias agrícolas.

Ainda quanto à ocupação profissional, Bourdieu (1983) considerou as classes populares; médias (artesãos, pequenos comerciantes, funcionários, quadros administrativos médios, técnicos, professores primários e a nova pequena burguesia, que incluiria os serviços médico-sociais, os intermediários culturais, os artistas e comerciantes de arte, os secretários e quadros médios do comércio) e superiores (patrões da indústria e do comércio, quadros administrativos, engenheiros, profissionais liberais, professores e produtores artísticos). Aqui, pressupõe-se que a sua classificação social (econômica e cultural) foi baseada na ocupação profissional.

Por sua vez, Goldthorpe (2000), também, utilizou o critério ocupação para estratificação de classes. Haveria a classe alta (capitalistas), a classe média e os trabalhadores manuais. A classe média ou classe intermediária engloba um espectro de pessoas que trabalham em muitas ocupações diferentes: desde empregados da indústria de prestação de serviços até professores e profissionais da área médica. Por mérito de suas credenciais educacionais ou qualificações técnicas, os membros da classe média ocupam posições que lhes proporcionam vantagens com relação aos trabalhadores manuais.

É importante destacar que o crescimento de renda de uma camada mais baixa, envolvida com trabalhos manuais, não significa que eles se tornem classe média. Goldthorpe (2000) mostrou que os chamados operários de alta renda não eram satisfeitos com o trabalho e tinham formas de socialização e de lazer distintas daquelas dos chamados colarinhos brancos.

Porém, ao colocarem grandes capitalistas (fazendeiros, empresários, entre outros) em classes superiores, estes autores não consideram, em suas classificações, somente o nível de capital cultural exigido nas ocupações profissionais, apontando, principalmente, o capital econômico. Assim, à luz destes autores, mas buscando privilegiar o capital cultural (complexidade das atividades, exigência de qualificação, envolvimento com atividades culturais *etc.*), foi desenvolvido um *ranking* de categorias profissionais (Figura 3) com as respectivas pontuações de capital cultural, considerando o indivíduo e os seus pais.

Níveis	Ocupações Profissionais (exemplos)
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.
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.
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.
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.
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 ...).

Figura 3. Referências de ocupações profissionais para avaliação de capital cultural

b) Qualidade da formação educacional

A variável escolaridade talvez seja uma das mais importantes na avaliação de classe social, ela é considerada e tem peso significativo também na classificação econômica do “Critério Brasil” (ABEP, 2014). Neste estudo, ela novamente se destacou. A diferença entre a

avaliação de capital cultural aqui proposta e a da ABEP reside em: considerar o âmbito da qualidade das instituições e não somente a conquista do diploma e; considerar também a avaliação dos pais do entrevistado nestas categorias. Assim, a escolaridade se desmembra em “Educação básica em instituições privadas” e “Curso superior em instituições renomadas”, como utilizado por Bourdieu (1984). Aqui, seguindo Lemos, Dubeux e Rocha-Pinto (2014) e Ustuner e Holt (2010), as categorias devem ser avaliadas também para os pais, pois, segundo Cadaval e Monteiro (2011, p. 15), “o fator que mais fortemente influencia o desempenho dos alunos é a escolaridade de seus pais [...] A família pode ser considerada o principal responsável por conduzir a criança a um ambiente de cultura mais ampla, inclusive, cultura escolar”.

b1) Educação básica em instituições privadas: a educação básica exerce papel importante na aquisição de capital cultural, conforme indicação de Lemos, Dubeux e Rocha-Pinto (2014) e do E24, o qual defende claramente a grande responsabilidade da educação (qualidade do ensino e do ambiente) na formação pessoal e profissional dos adultos: “eu acho que não é só dentro de casa, eu acho que a escola hoje é, assim, um dos principais responsáveis por essa caracterização [...] do comportamento [...] A gente pega alunos mais jovens, que são de determinada escola, os valores são completamente diferentes, assim, aí você vê que o grupo é completamente diferente”. Portanto, como na conceituação de *habitus* de Bourdieu (1984), este entrevistado coloca o lar e a escola como os principais influenciadores do comportamento das pessoas ao longo de suas vidas:

eu acho que a origem [escola], a formação intelectual, que se dá mais jovem, acho que ela ainda tem mais influência do que o próprio momento que a pessoa está vivendo. Por exemplo, seu consumo talvez não vá mudar tanto porque você passou a ganhar o dobro do que você ganhava antes. Os seus valores estão pautados em outro estilo de compra, de consumo (E24).

Embora haja argumentações iniciais contrárias, na discussão do grupo focal de pessoas de ACC houve consenso final de que o ensino e o ambiente mais qualificados estão presentes nas escolas de educação básica da rede privada de ensino. E isto foi referendado por O’Dougherty (1998) e Salata (2015), para eles, no sistema brasileiro, o caminho para a educação gratuita em instituições de ensino superior de qualidade geralmente passa pelas instruções primária e secundária obtidas em escolas particulares caras. E Bicalho, Araújo e Belisário (2013, p. 51) ressaltam “que a má formação escolar, relativa aos ensinos fundamental e médio, constitui uma barreira a exigir muitos esforços diante da aquisição tardia de competências não adquiridas ao longo do percurso escolar regular”. Assim sendo, aquelas pessoas, bem como também os seus pais, que tiveram a educação básica (ensino fundamental e médio) em escolas particulares recebem maior pontuação na classificação de capital cultural.

b2) Curso superior em instituições renomadas: para Lemos, Dubeux e Rocha-Pinto (2014, p. 61), “uma universidade considerada de excelência reforça a noção de que educação (de qualidade) valoriza seu possuidor, criando condições para sua ascensão social”. Mas, com a proliferação dos cursos de nível superior, diversas instituições surgiram com um padrão de qualidade duvidoso, segundo Pereira e Silva (2010), via os programas ProUni, UAB, Reuni e FIES, o Governo Federal lotou as universidades sem preocupação com a qualidade do ensino. Para o E22, uma pessoa que se graduou em uma instituição privada de baixa qualidade não consegue a ascensão profissional e intelectual que deseja, ela continuará ocupando o mesmo cargo e, principalmente, pouco acrescentará ao seu capital cultural.

Assim sendo, não só o diploma de curso superior do indivíduo deve ser considerado, mas também a instituição que o diplomou. Embora E22 acredite que os melhores cursos superiores estejam nas universidades públicas, entende-se que, dentre elas, há aquelas universidades novas e que, ainda, não conquistaram um padrão de excelência; bem como há instituições privadas consagradas e que despontam no cenário nacional. O que é reforçado por Desta forma, optou-se por considerar como mais valiosos 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”; assim serão pontuadas as instituições de ensino superior que atingirem a “faixa 5” do IGC. Dentre os vários indicadores disponíveis, o IGC foi escolhido por incluir avaliações importantes, como ENADE (Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes), avaliação da pós-graduação das instituições de ensino, entre outros (INEP, 2011).

c) **Leitura de livros**

Mesmo sendo importante culturalmente, o hábito de leitura parece não ser o forte na cultura brasileira (PORTO; PORTO, 2015). E18 ressalta que “no metrô em Londres, em Nova Iorque [...] estão todos lendo um livro. Aqui [no Brasil], no máximo um jornal popular, com notícias de futebol, desgraça alheia [...]”. Ou seja, a leitura de jornais e de revistas ainda é mais comum. Mas, baseado nos dados desta pesquisa, as pessoas de BCC simplesmente não leem livros, nenhum tipo de livro: técnico, literatura, dentre outros. É o que fica claro na fala deste entrevistado que, inclusive, está cursando ensino superior: “eu sou meio preguiçoso pra ler livro [...] Quando eu quero me envolver numa história, eu prefiro a série [minissérie da TV] do que um livro. Eu não tenho muita disponibilidade pra ler livro” (E27).

Eles acreditam que é possível adquirir conhecimento e preferem formas mais cômodas e visuais, como filmes e seriados da TV. O hábito de leitura também é algo que depende de costume e educação familiar. E27 demonstra que não foi estimulado à leitura: “talvez falte aí uma experiência com um livro bom, pra ‘mim’ passar a gostar. Agora eu gosto é de ler revistas do meu interesse”. Assim sendo, as pessoas e os seus pais que ao longo de um ano leram ou estão lendo livros, somam pontos à mensuração do seu capital cultural. Vale ressaltar que as pessoas que leem, normalmente, comentam entre si as suas preferências e o que leram ou estão lendo, portanto não deve ser difícil ao entrevistado saber sobre a prática de leitura dos seus pais.

d) **Domínio de língua estrangeira**

Também, neste campo, 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, 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. O E24 dá uma noção da importância do domínio de outra língua no meio profissional (o que envolve oportunidades e *status* profissionais):

normalmente se você pegar perfil de *Likedin* dificilmente você pega uma pessoa ocupando um cargo alto que não fala inglês. Aí, na hora que você vai fazer um teste, você vê que ela não tem o domínio do idioma ... Outro fato recorrente, um cara ocupando um nível mais alto não quer se expor a um nível hierárquico mais baixo, então, ele não faz aula [de inglês] em grupo, só quer fazer separado, pra não ter que se expor a esse outro nível. Outro exemplo, tem empresa que o diretor de RH nunca fez o teste [de língua estrangeira] que ele impõe que os funcionários façam.

Ou seja, ainda que o domínio de outra língua nem seja tão necessário ao exercício do cargo, ele é exigido como critério de seleção, sendo um forte símbolo de *status*. Isto ocorre também no âmbito das classes sociais, que “muitas pessoas da classe A não têm domínio do idioma inglês, mas falam que têm” (E24), demonstrando uma pressão social sobre as classes mais altas com relação ao domínio de outras línguas. Este aspecto também foi evidenciado por Ustuner e Holt (2010), em pesquisa similar na Turquia, em que eles constataram que também lá o domínio de outro idioma diferenciava pessoas de ACC de BCC da classe média e isto provocava grande diferença na interação e experimentação em viagens internacionais. Para os autores, dominar outro idioma é o bem cultural mais importante na educação infantil da elite turca, mais até do que dominar o próprio idioma, a literatura ou a história.

E, assim como estudar em escolas particulares na educação básica, dominar outra língua também exige estudar em escolas ou com professores particulares de alto nível e, na maioria

das vezes, requer vivências no exterior (viagens, cursos, intercâmbios, entre outros). Portanto, 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*. Assim sendo, o domínio de outro idioma por parte do respondente e por parte dos seus pais, acrescenta-lhes pontos na sua classificação de capital cultural.

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”. Assim e com base nos dados desta pesquisa, este campo social foi incluído no critério proposto. As viagens internacionais cresceram enormemente entre brasileiros, impulsionadas, principalmente, pela classe B (BRASIL, 2015), mesmo havendo ultimamente um declínio no volume destas viagens (situação econômica do país e taxa de câmbio) e muitas pessoas de BCC dizendo que não têm interesse (preferem “primeiro conhecer o Brasil”).

Mas, a realização de viagens internacionais ocorreu em todos os seus níveis de capital cultural. Portanto, medi-lo pelo fato de ter ou não viajado não parece ser um bom indicador, mesmo observando-se que Lemos, Dubeux e Rocha-Pinto (2014) consideraram simplesmente a frequência das viagens e Salata (2015) se os entrevistados haviam viajado para o exterior nos últimos 12 meses. Esta pesquisa evidenciou que o capital cultural influencia em outros aspectos o consumo de *status*: planejamento da viagem, propósito e roteiro da viagem *etc.*, e não exatamente na quantidade de viagens, que pode estar mais relacionada ao capital econômico.

Verificou-se, na pesquisa, que pessoas de ACC planejam melhor e por si só as suas viagens, buscam destinos exclusivos e diferenciados, interagem melhor com os nativos, conhecem peculiaridades que vão além dos pontos turísticos tradicionais e buscam uma programação livre e com mais atividades culturais (degustar uma culinária diferenciada e local, apreciar mais museus, peças teatrais, musicais, dentre outros). Ao contrário, uma pessoa típica de BCC, principalmente por não dominar outro idioma, tem dificuldades para programar a sua viagem, assim, recorre às agências de turismo. Consequentemente, ele acaba optando por um pacote turístico com uma programação fechada para destinos famosos e tradicionais, percorrendo pontos turísticos triviais e com pequena interação com os nativos. E, por ter uma característica mais materialista que busca *status* via produtos da moda e de marca, a sua programação é mais comercial (passeios e compras), com poucas atividades culturais.

Conforme descrito anteriormente, o domínio de outro idioma, principalmente inglês e com uma bagagem cultural maior, o turista de ACC, (diferentemente do 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 (e seus pais) fizer alguma viagem internacional que não tenha sido via pacotes turísticos, ela acrescerá maior pontuação à sua avaliação de capital cultural. Vale destacar que, neste estudo, será considerado “pacote” (*package*) todas aquelas situações em que o turista precisou recorrer a um agente turístico para viajar, sendo um serviço customizado (por exemplo, o *forfait*) ou não (dentre eles o *foreign independent tour*) (TOMELIN, 2001), bem como o “não pacote” são aqueles casos em que o turista planejou e viabilizou de maneira autônoma e independente a sua viagem turística.

4.2 Critério e métrica propostos para a mensuração do Capital Cultural

Conforme critério proposto, são consideradas as categorias mencionadas no item 4.1 com escalonamento e pontuação para características do respondente e para seus pais (Figura 4).

Em relação aos pais, sugere-se considerar a maior pontuação, do pai ou da mãe, para cada uma das categorias; desta forma evita-se: que a pontuação somada dos pais seja maior que a pontuação do próprio respondente (caso fossem avaliados o pai e a mãe em separado) e; as desigualdades de avaliações nas situações em que a educação familiar é disruptiva (pais separados) e o filho recebe a formação somente advinda da mãe ou somente do pai. Bem como

a sugestão de considerar a maior pontuação justifica-se na ideia de que aquele, o pai ou a mãe, que tem um nível melhor em cada variável (nível educacional, hábito de leitura *etc.*), influencia mais e de maneira mais positiva os seus filhos.

Variável	Pontuação					Subtotal
Ocupação profissional (atual/última)	Nível 1 (0 pt.)	Nível 2 (1 pt.)	Nível 3 (2 pts.)	Nível 4 (3 pts.)	Nível 5 (4 pts.)	
Respondente						
Pais (maior pontuação)						
Educação básica em instituições privadas	Não (0 pt.)	Sim (2 pts.)				
Respondente						
Pais (maior pontuação)						
Curso superior em instituições renomadas	Ensino médio (0 pt.)	Graduação IES mediana (1 pt.)	Graduação IES renomada (3 pts.)	Pós-Graduação <i>Strictu Sensu</i> (4 pts.)		
Respondente						
Pais (maior pontuação)						
Leitura de livros (leu/leuendo último ano)	Não (0 pt.)	Sim (1 pt.)				
Respondente						
Pais (maior pontuação)						
Domínio de língua estrangeira	Nenhuma (0 pt.)	1 idioma (2 pts.)	2 idiomas (3 pts.)			
Respondente						
Pais (maior pontuação)						
Viagem internacional última(s)	Com pacote (0 pt.)	Não pacote: na América Latina (1 pt.)		Não pacote: fora da América Latina (2 pts.)		
Respondente						
Pais (maior pontuação)						
Total						

Figura 4. Métrica proposta para mensuração de capital cultural

Conforme proposto, a pontuação somada do respondente e de seus pais pode variar de 0 a 32 pontos. Assim, considera-se que até 12 pontos o nível de capital cultural é baixo, de 13 a 22 pontos o nível é médio e a partir de 23 pontos o nível de capital cultural é alto, formando as respectivas classes culturais: baixa, média e alta; as quais vão ao encontro da maioria das classificações econômicas que também consideram no mínimo estes três níveis (Figura 5). A título de exemplificação, um respondente que obtenha pontuação máxima, em todas as categorias, por si só, ele conseguiria atingir 16 pontos, assim sendo, para que ele pudesse ser considerado de alto capital cultural ele precisaria invariavelmente contar com pontos advindos dos seus pais, caso contrário, por este critério ele jamais conseguiria ser de alto capital cultural. Isto condiz com os conceitos de *habitus* de Bourdieu (1984), para o qual pessoas oriundas de famílias de baixo capital cultural dificilmente conseguiriam mobilidade social. Como não poderia ser diferente, a estratificação cultural, proposta para a sociedade brasileira, provavelmente, imitaria a classificação econômica, sendo, portanto, piramidal.

Nível do Capital Cultural	Pontuação
Classe Cultural Baixa	Até 12 pontos
Classe Cultural Média	De 13 a 22 pontos
Classe Cultural Alta	Acima de 23 pontos

Figura 5. Classes culturais

Bourdieu fornece uma ideia de combinação entre capital cultural e capital econômico via os estilos de vida daqueles que possuem ambos os tipos de capital em quantidades altas e baixas. Seria uma versão simplificada onde os estilos de vida são apresentados em quatro possibilidades de combinações de capital cultural e capital econômico.

Baseado nesta ideia, com base na classificação do nível do capital cultural aqui proposta e utilizando uma metodologia de classificação econômica (sugere-se o “Critério Brasil” da ABEP (2014), o qual tem um instrumento de coleta de dados parecido com o critério aqui sugerido, pois ela busca informações sobre itens no lar, educação do chefe da família *etc.*), propõe-se uma classificação social combinando classe econômica e classe cultural com nove

níveis, variando de alto, médio e baixo capital cultural e capital econômico (conforme apresentado na FIGURA 6).

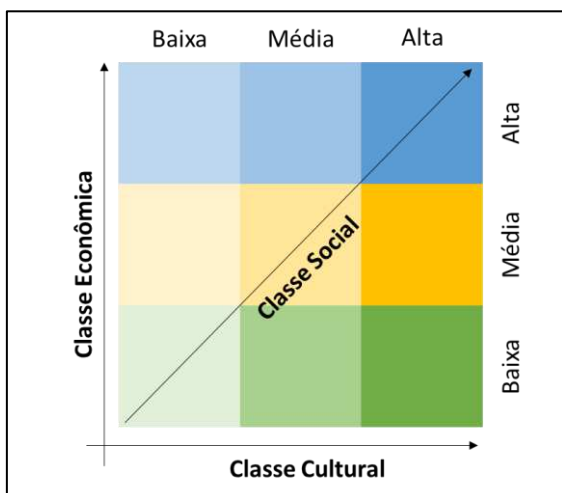


Figura 6. Proposição de classificação social combinando classificação econômica e classificação cultural

Vale ressaltar que Weber (1978) cunhou o termo "classe social" para capturar a ideia de que, além dos recursos econômicos descritos por Marx, estilos de vida também reproduzem estratos sociais hierárquicos, portanto, ao utilizar somente balizadores econômicos, não é adequado denominar a classificação como classe social.

5 Considerações finais

Este artigo teve o objetivo de sistematizar uma proposição inicial em direção à construção de instrumento que possa avaliar o capital cultural na sociedade brasileira, bem como, com a combinação de uma classificação econômica, foi sugerida uma classificação social mais completa, por envolver capital econômico e capital cultural. O critério proposto pretende ser útil para as análises e estratégias de *marketing* em torno do comportamento de consumo de *status* e dos estilos de vida resultante dos diferentes níveis de capital cultural. O que pode ser significativo, pois diversos autores defendem que o consumo é norteado não só pelo capital econômico, mas também pelo capital cultural, principalmente o consumo de *status*.

Este trabalho também buscou apresentar as categorias que, embora promovam a distinção de capital cultural, não são indicadas para compor um questionário estruturado de avaliação, em virtude de promoverem diferenciação muito sutil, caracterizada não pela aquisição pura e simples do produto ou do serviço, mas, sim, pelos critérios de escolha, objetivos, utilização, diversificação, gosto, frequência etc. Portanto, as categorias propostas foram escolhidas buscando-se: evitar as disparidades regionais brasileiras, indicar distinção objetiva e não sutil, evitar captar o "pseudocapital cultural", ou o chamado "esnobismo cultural" por Bourdieu (1983) e exigir uma perenidade maior (ser de difícil aquisição).

As categorias escolhidas para compor o critério proposto são: a ocupação profissional (buscando estratificar em função do capital cultural exigido ao exercício da atividade profissional e não em razão da remuneração da atividade); a educação básica em instituições privadas (privilegiando a qualidade e o ambiente do ensino fundamental e médio); o curso superior em instituições renomadas (buscando destacar a qualidade e não somente a obtenção do diploma); a leitura de livros (uma vez que pessoas de BCC não têm o hábito da leitura de livros); o domínio de língua estrangeira (importante no âmbito profissional, nas viagens internacionais, no acesso a informações diferenciadas e na aquisição de *status*) e; as viagens

internacionais com ou sem pacote (uma vez que uma viagem internacional com pacote restringe o planejamento, os destinos, a programação, a experiência e a interação ao longo da viagem). E, considerando-se que o capital cultural dificilmente é consolidado em uma geração e atendendo à orientação de Bourdieu (1984), que ressalta a importância do *habitus*, o critério proposto sugere que sejam necessariamente avaliados os dados do respondente e dos seus pais.

Acredita-se que os itens propostos possam capturar, significativamente, o nível de capital cultural da sociedade brasileira, pois parecem envolver boa parte dos caminhos para se conseguir acumular capital cultural conforme sugerem Holt (1998) e Trigg (2001). Segundo estes autores, o capital cultural pode ser adquirido via a educação em famílias com pais bem-educados, cujas ocupações exigem habilidades culturais; a interação com os pares de famílias semelhantes e igualmente bem educadas; altos níveis de educação formal em instituições consagradas que atraem outras elites culturais; estudar áreas que enfatizam o pensamento abstrato crítico e a comunicação sobre a aquisição de habilidades de comércio e de conhecimentos; e via o requinte e o reforço em ocupações que enfatizam a produção simbólica.

Como se trata de uma simples proposição de critério, este trabalho já nasce com diversas limitações. As categorias e as métricas precisam ser testadas em outros ambientes, Brasil afora, em outras classes econômicas e em outros gêneros, idades etc., uma vez que a pesquisa realizada aqui foi somente com homens de 25 a 45 anos, da classe média e da região metropolitana de Belo Horizonte. Posteriormente, este critério ainda terá que ser validado em pesquisas quantitativas até se transformar em um instrumento de pesquisa minimamente confiável. Vale lembrar, também, conforme proposto por Bourdieu (1984), que seriam muito úteis os esforços no sentido de se mensurar o capital social (que são as relações pessoais, as afiliações organizacionais e as redes de contatos), além do capital cultural (objeto do critério aqui proposto) e do capital econômico (usualmente medido).

Referências

- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE PESQUISA – ABEP. **Critério de classificação econômica Brasil**. 2014. Disponível em: <<http://www.abep.org/criterio-brasil>>. Acesso em: 20 dez. 2015.
- BANERJEE, A.; DUFLO, E. What is middle class about the middle classes around the world? **Journal of Economic Perspectives**, Nashville, v. 22, n. 2, pp. 3-28, 2008.
- BARBOSA, L. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004. 69 p.
- BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. (Org.). **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: FGV, 2006. 204 p.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. 3. ed. Lisboa: Setenta, 2004. 223 p.
- BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo**. São Paulo: Edições 70, 1981. 70 p.
- BICALHO, L. C.; ARAÚJO, W. M.; BELISÁRIO, V. A. Entre mundos: a trajetória de jovens de baixa renda. **@rquivo Brasileiro de Educação**, Belo Horizonte, v. 1, n. 2, p. 47-61, 2013.
- BIRDSALL, N.; GRAHAM, C.; PETTINATO, S. **Stuck in the tunnel: is globalization muddling the middle class**. Washington: Center on Social and Economic, 2000. 36 p.
- 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. Ministério do Turismo. **Sondagem do consumidor: intenção de viagem**. Brasília, 2015. Disponível em: <<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br>>. Acesso em: 21 dez. 2016.
- BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Assuntos Estratégicos. **Vozes da classe média**. Brasília: Marco Zero, 2012. 52 p.
- CADAVAL, A. F.; MONTEIRO, S. M. M. Determinantes da qualidade da educação fundamental no Brasil: uma análise com dados do SAEB. In: ENCONTRO NACIONAL DE ECONOMIA, 39., 2011, Foz do Iguaçu. **Anais...** Niterói: ANPEC, 2011. p. 1-18.

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.

DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004. 340 p.

ESTANQUE, E. **O ‘efeito classe média’**. Coimbra: Universidade de Coimbra, 2002. Disponível em: <<http://www.ces.uc.pt/publicacoes/oficina/172.pdf>>. Acesso em: 10 set. 2016.

FRIEDLAND, L. et al. Capital, consumption, communication, and citizenship: the social positioning of taste and civic culture in the United States. **The Annals of the American Academy of Political and Social Science**, Lancaster, v. 611, n. 1, pp. 31-50, 2007.

GAIÃO, B. F. S.; SOUZA, I. L.; LEÃO, A. L. M. S. Consumer culture theory (CCT) já é uma escola de pensamento em marketing? **RAE - Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 52, n. 3, p. 330-344, 2012.

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.

HENRY, P.; CALDWELL, M. Spinning the proverbial wheel? Social class and marketing. **Marketing Theory**, London, v. 8, n. 4, pp. 387-405, 2008.

HOLT, D. Does cultural capital structure American consumption? **Journal of Consumer Research**, Gainesville, v. 25, pp. 1-25, June 1998.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA – INEP. **Índice Geral de Cursos Avaliados da Instituição - IGC**. Brasília, 2011. Disponível em: <<http://portal.inep.gov.br/educacao-superior/indicadores/indice-geral-de-cursos-igc>>. Acesso em: 14 dez. 2016.

KAMAKURA, W.; MAZZON, J. A. Critérios de estratificação e comparação de classificadores socioeconômicos no Brasil. **Revista de Administração de Empresas – RAE**, São Paulo, v. 56, n. 1, p. 55-70, 2016.

LE ROUX, B. et al. Class and cultural division in the U.K. **Sociology**, Oxford, v. 42, n. 6, p. 1049-1070, 2008.

LEMOES, A. H. C.; DUBEUX, V. J. C.; ROCHA-PINTO, S. R. Educação superior, inserção profissional e origem social: limites e possibilidades. **Sociedade, Contabilidade e Gestão**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 1, p. 48-64, 2014.

MARTINEAU, P. Social classes and spending behavior. **Journal of Marketing**, Chicago, v. 23, pp. 121-130, 1958.

MATTOSO, C. L. Q. Classes Sociais: uma discussão sobre os conceitos na sociologia e antropologia e sua incorporação ao marketing. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa – 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.

MILANOVIC, B.; YITZHAKI, S. Decomposing world income distribution: does the world have a middle class? **Review of Income and Wealth**, Ottawa, v. 48, n. 2, pp. 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/Documents/Knowledge/>>. Acesso em: 3 nov. 2016.

NERI, M. C. **A nova classe média**. Rio de Janeiro: FGV/CPS, 2010. 149 p.

O'DOUGHERTY, M. Auto-retratos da classe média: hierarquias de “cultura” e consumo em São Paulo. **Dados**, Rio de Janeiro, v. 41, n. 2, p. 411-444, 1998.

PEREIRA, T. I.; SILVA, L. F. S. C. As políticas públicas do ensino superior no governo Lula: expansão ou democratização? **Revista Debates**, Porto Alegre, v. 4, n. 2, p. 9-31, 2010.

PORTO, A. P. T.; PORTO, L. T. Da formação de professores à formação de leitores. **Revista de Ciências Humanas**, Curitiba, v. 15, n. 25, p. 94-107, 2015.

QUADROS, W. J.; GIMENEZ, D. M.; ANTUNES, D. J. N. O Brasil e a nova classe média dos anos 2000. **Carta Social e do Trabalho**, Campinas, n. 20, p. 1-11, out./dez. 2012.

SAHLINS, M. **Cultura e razão prática**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979. 320 p.

SALATA, A. R. Quem é classe média no Brasil? Um estudo sobre identidades de classe. **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.

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.

_____. **Os batalhadores brasileiros: nova classe média ou nova classe trabalhadora**. Belo Horizonte: UFMG, 2010. 404 p.

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

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, p. 9-17, 2004.

TRIGG, B. Veblen, Bourdieu and conspicuous consumption. **Journal of Economics**, Cambridge, v. 35, n. 1, pp. 99-115, 2001.

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, pp. 37-56, June 2010.

VASCONCELLOS, M. D. Pierre Bourdieu: a herança sociológica. **Educação e Sociedade**, São Paulo, v. 23, n. 78, p. 77-87, abr. 2002.

VEBLEN, T. **A teoria da classe ociosa: um estudo econômico das instituições**. São Paulo: Ed. Abril, 1988. 182 p.

WARNER, W. L.; MEEKER, M.; EELLS, K. **Social class in America**. Oxford: Science Research Associates, 1949. 265 p.

WEBER, M. **Economy and society: an outline of interpretive sociology**. Davis: California University, 1978. v. 1, 1470 p.

WRIGHT, E. O. Class analysis. **Revista Brasileira de Ciência Política**, Brasília, n. 17, p. 121-163, 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.