

CLASSES SOCIAIS E O COMPORTAMENTO DAS CLASSES C E D: UM LEVANTAMENTO BIBLIOGRÁFICO

Cecília Lima de Queiros Mattoso¹

RESUMO

O conceito de classes sociais tem sido questionado com relação a sua validade no mundo contemporâneo. Este artigo faz uma revisão bibliográfica das definições sociológicas de classes sociais, desde os clássicos até os autores contemporâneos, e demonstra a relevância atual do tema. Para muitos autores da Sociologia, o conceito de classes sociais ainda pode ser usado para explicar as oportunidades de vida, porém apenas parcialmente.

Este artigo também mostra como o tema esteve afastado do marketing e como foi recuperado por alguns autores. O poder de explicação do comportamento de compra por parte das classes sociais está reduzido, pois outras variáveis também têm de ser estudadas; entretanto, esse conceito não deve ser abandonado.

Neste estudo, ainda foram descritos os comportamentos de consumo das classes mais baixas, C e D, dos EUA e do Brasil. A proposta seria levantar as formas de medição e de descrições existentes sobre o comportamento das classes menos favorecidas, para posterior investigação de campo sobre a relação entre essas classes e o consumo.

Palavras-chave – classe social; comportamento de compra.

1 O Conceito de Classes Sociais na Sociologia e na Antropologia

Originalmente, o termo “classe” referia-se à divisão do povo romano, tomando por base a propriedade para fins militares e fiscais. Esse uso pré-moderno era estático no sentido de que as classes eram vistas como grupos de pessoas que herdavam uma

hierarquia na sociedade. No vocabulário moderno, “classe” está inexoravelmente associada à reorganização total da sociedade que se sucedeu à Revolução Industrial. Essa mudança hoje conhecida como “capitalismo industrial” trouxe duas conseqüências: a criação de novas classes e a tendência de as posições de classe serem alocadas em razão da habilidade e não do nascimento (Edgell, 1993).

¹ Doutoranda em Administração do COPPEAD/UFRJ da turma 2000, Graduação: Administração (FGV)

1.1 Os Autores Clássicos

As contribuições basais para a conceituação e teorização do termo foram dadas por Marx (1813-83) e Weber (1864-1920).

Karl Marx foi responsável pela primeira e mais influente teoria de “classes sociais”, graças à sua influência política. Entretanto, ele não elucidou clara e sistematicamente o uso e o conceito de “classe”. A teoria de Marx sobre “classe” tinha um sentido mais amplo, em que apenas duas eram consideradas – a classe capitalista e a operária. Para ele, a natureza destrutiva do Capitalismo era embasada no aumento do proletariado, que se oporia naturalmente à classe capitalista. Dessa oposição, emergiria uma nova sociedade caracterizada pela ausência de classe. (Edgell, 1993).

Max Weber desenvolveu a teoria de “classe” num contexto bem mais amplo que o de Marx, o que ficou conhecido como estratificação social. Weber referia-se à “classe” como qualquer grupo de pessoas que compartilhassem uma situação comum de classes, que ele definiu como:

A oportunidade típica para o suprimento de bens, condições externas de vida e experiências pessoais; com relação a isso, as chances são determinadas pela quantidade e tipo de poder, ou falta de, para dispor de bens ou habilidades para fins de renda numa ordem econômica (Weber, 1961).

Para Weber, o tipo de oportunidade no mercado é decisivo para o destino de um indivíduo. Nas bases dessa definição, Weber distinguia dois tipos de classes privilegiadas: as classes proprietárias (donos de terras, prédios, pessoas, etc) e as classes comerciais (pessoas que possuem bens, serviços e habilidades que podem ser oferecidas no mercado, como banqueiros, mercantilistas, etc). As classes desprivilegiadas podiam ser divididas em três: as qualificadas, semiquilificadas e sem qualificação. Entre as privilegiadas e as desprivilegiadas, Weber notou a existência de várias classes médias formadas por agricultores, carpinteiros, funcionários públicos e particulares, profissionais liberais e trabalhadores com habilidades excepcionais. Ele percebia quatro classes: a classe trabalhadora, a pequena burguesia, os especialistas e a classe privilegiada (Weber, 1961).

Segundo Weber, a classe era um fenômeno essencialmente econômico; entretanto, seu conceito de estrutura de estratificação social, em geral, e da estrutura de classe, em particular, era extremamente complexo e pluralista. Ele identificava três construtos ou dimensões de desigualdade: 1) classe; 2) poder, e 3) prestígio.

A primeira dimensão, “classe”, referia-se às

chances ou oportunidades de vida. A posição de classe depende do prestígio ocupacional, educação, experiência e níveis de qualificação, herança, sorte, ambição e meio formativo familiar, e não somente das relações com os meios de produção, ou a estratificação puramente econômica, como argumentara Marx.

A segunda dimensão da desigualdade, segundo Weber, é a distribuição de “poder”, principalmente com relação à ordem política, representada pelo “partido” (não no sentido de “partidos políticos” mas no de “ação comunal”) e como o poder é burocraticamente organizado nas sociedades industriais, tornando os indivíduos impotentes, a menos que tenham acesso a essas organizações (governo, sindicatos e outras instituições).

A terceira dimensão é a do “prestígio”, honraria social, representada pelos grupos de *status*. É a deferência que as pessoas desfrutam em relação a outras. (Johnson, 1997).

A ordem política, referente à distribuição de poder, é, para alguns sociólogos, a principal determinante da posição de classe, e não a econômica ou o prestígio. A honraria social ou a deferência não decorreria necessariamente da riqueza ou da situação de classe (Gerth e Mills, 1961).

As camadas sociais podem expressar-se por “estilos de vida”, que variam de acordo com seus valores honoríficos. As sociedades seriam agrupadas em diferentes grupos de reputação baseados não apenas em posições econômicas, mas também em critérios não-econômicos, como moral, cultura e estilo de vida, que são sustentados porque as pessoas tendem a interagir com seus pares. Ao contrário das outras duas dimensões, o prestígio é um recurso cuja distribuição tem de ser desigual a fim de existir (Weber, 1961).

O enfoque de Weber ajudou a identificar as complexidades da posição e das relações de classe. (Johnson, 1997).

Outra definição de classe social é a de Pitirim Sorokin [1947, (1976)], na qual a influência de Marx e Weber seria evidente, embora ele possa ser considerado um autor mais neoweberiano do que neomarxista (Edgell, 1993).

Para Sorokin [1947, (1976)], a definição de classe social poderia ser resumida em um grupo com múltiplas ligações, cujos limites seriam dados ao mesmo tempo por dois vínculos: - ocupacional e econômico- e o vínculo de estratificação social, no sentido de que a totalidade de seus direitos e deveres básicos contrasta com os direitos e deveres de outros grupos.

A fórmula das classes sociais para Sorokin [1947, (1976)] tem algumas características, tais como: 1) ser

um grupo pretensamente aberto, mas de fato semifechado. Através da sua abertura legal e da semi-abertura de fato, a classe diferiria tanto das castas quanto das ordens ou estados aos quais cronologicamente sucedia; 2) as classes sociais são fortemente solidárias em decorrência da sua condição ocupacional, econômica e legal; 3) a pobreza estaria intimamente inter-relacionada com as ocupações manuais (qualificadas e semiquilificadas) e à comparativa inferioridade (jurídica e de fato) no que diz respeito aos direitos e privilégios; por sua vez, a riqueza estaria relacionada com as ocupações criadoras, intelectuais e com um *status* privilegiado; 4) para constituir uma classe genuína, os indivíduos deveriam estar organizados ou quase-organizados para que surgisse uma consciência de classe entre os membros, composta de significados, valores e normas do grupo; 5) a característica específica da classe social é a justaposição das ligações ocupacionais, econômicas e do vínculo de pertencer ao mesmo estrato; 6) pessoas com ocupações, posições econômicas, direitos e deveres essencialmente análogos tornam-se semelhantes de várias maneiras, tanto no comportamento quanto física, mental e moralmente. O fato de pertencer à mesma classe social geraria muitas semelhanças importantes, o problema estaria em como indicar as bases objetivas, a natureza e o limite das similaridades.

Sorokin [1947, (1976)] destacava o para o fato de a atenção para diferenças muito detalhadas obscurecer a semelhança de condições entre os membros da mesma classe e a sua diferença para com os das outras classes. De um ponto de vista macroscópico, ele distinguia as seguintes classes na sociedade ocidental dos dois ou três últimos séculos: a) a classe proletária; b) a classe camponesa; c) a classe em decadência dos grandes senhores de terra; d) a classe capitalista. Todas essas classes seriam constituídas pelos três vínculos primários. Para esse autor, nenhuma teoria adequada de estrutura, diferenciação e estratificação social poderia negligenciar esse tipo de grupo com múltiplas vinculações.

1.2. Teorias Contemporâneas de Classe Social

As principais análises contemporâneas das teorias de classe seriam dos autores Wright e Goldthorpe. Wright é um sociólogo neomarxista americano, que revisou e reformulou a teoria de classe original de Marx desde meados dos anos 70s. Wright incluiu a nova classe média no modelo dicotômico de classe de Marx, mostrando que os gerentes estavam situados numa posição contraditória entre a burguesia e o proletariado. Os pequenos empregadores e os trabalhadores autônomos também ocupariam uma posição contraditória entre a burguesia e a pequena burguesia. Essas três posições contraditórias se

diferenciavam em termos de controle sobre investimentos, sobre os meios de produção e sobre a força de trabalho. A burguesia teria os três controles, a pequena burguesia só não controlaria a força de trabalho. Os gerentes, pequenos empregadores e trabalhadores autônomos teriam alguns controles - mais do que o proletariado, mas menos que a burguesia. Seriam classes contraditórias, porque teriam um padrão misto de controle. Wright também dividiria a burguesia entre capitalista tradicional e executivo de topo. A complexidade das relações entre as classes levaria Wright a desenhar um mapa de classes com dez classes. Entretanto, na prática, teria sido impossível usar a tipologia de dez classes por ele criada para coletar dados de pesquisa: seria impossível, por exemplo, distinguir trabalhador semi-autônomo e classe trabalhadora (Edgell, 1993).

A idéia das “posições contraditórias” teria sido um avanço em relação a “ter propriedade e não ter propriedade”. Wright (1985) foi muito crítico com relação a não se discutir mais a exploração porque isso enfraquecia a relação entre “posição de classe” e “interesse de classe”, que era fundamental para o marxismo clássico e que leva à abordagem da opressão. Wright definia a exploração como “uma apropriação econômica opressiva e fruto do trabalho de uma classe por outra” (1985, p.77) e, a partir desse pensamento, leal à idéia de Marx, ele criou um segundo mapa com doze classes. Nesse segundo mapa, ele mostrou que a posição contraditória-chave seriam os gerentes e burocratas do governo, porque tais posições incorporariam o princípio da organização das classes, o que pode ser uma alternativa para as relações capitalistas. A classe média seria outra força no Capitalismo, além do proletariado, que poderia colocar uma alternativa ao Capitalismo.

As características que definem a classe na teoria marxista, segundo Wright, são as seguintes:

1. A classe é definida em termos relacionais e não- gradativos.
2. O eixo central da relação entre classes é a organização social da produção e não o mercado.
3. A análise da relação de classes está baseada na exploração e não na divisão do trabalho ou na relação com autoridades.
4. O que definiria classe seria seu caráter relacional, no que diz respeito à relação ou dicotomia trabalhador-capitalista, mas, ao elaborar seus mapas, Wright também usaria elementos de gradação, como a diferença entre alta e média gerência. Os marxistas e neo-marxista, inclusive Wright, colocaram muita ênfase no conceito de classes baseado na produção exploradora, em contraste com a definição ocupacional de classes neomarxistas, que foca a relação técnica e/ou autoritária da produção (Edgell, 1993).

Outro autor contemporâneo é Goldthorpe (1987), considerado neoweberiano, que desenvolveu um esquema de classes com sete categorias, nas quais a ocupação e o *status* do tipo de emprego eram utilizados para a diferenciação das categorias. Esse esquema de classes incorporaria as relações não só de produção, mas também as sociais. As categorias desenvolvidas por Goldthorpe combinariam diferentes ocupações que seriam comparáveis em termos de nível de renda, segurança e oportunidades de avanço econômicos e também em termos da sua localização no sistema de controle e autoridade sobre os meios de produção. Essas categorias, ao combinarem propriedade de meios de produção e habilidades para o mercado, mostram a influência de Weber na criação desse esquema de classes. As classes de Goldthorpe seriam comparáveis em termos de situação de mercado e de trabalho. As suas sete categorias poderiam ser agrupadas em três classes: a classe de serviço (proprietários, administradores, gerentes, profissionais altamente especializados e outros), a classe intermediária (empregados não-manuais, vendedores, autônomos, pequenos proprietários e outros) e a classe trabalhadora (baixa qualificação, trabalhadores manuais e do setor primário) (Goldthorpe, 1987).

Goldthorpe foi criticado por denominar a classe mais alta de “serviço”, pois isso diminuiria o significado da classe capitalista e, ao misturar trabalhadores de serviço com grandes proprietários, essa classe perderia a sua capacidade distintiva, colocando ambos como iguais em termos de distribuição de renda e poder (Scott, 1991).

Goldthorpe e Wright teriam sido criticados por usarem dimensões tanto relacionais como de gradação e pelo fato de ambos não distinguirem empregadores de grandes proprietários, como seria o caso de alguns acionistas do mercado de capitais, que teriam muita riqueza, mas não seriam empregadores convencionais (Scott, 2002).

A idéia de que o conceito de classes teria desaparecido da agenda sociológica foi bastante contestado por Goldthorpe (1992), que vislumbrou um futuro promissor para a análise de classes. Para ele, conceitos como posição, origem e mobilidade de classes ajudariam a explicar boa parte do que acontece aos indivíduos em vários aspectos da vida social. A pesquisa de classes sociais poderia investigar interconexões das macroestruturas com as experiências individuais.

Goldthorpe (1992) expôs que a concepção da análise de classe não deveria ser confundida com a concepção marxista. A maior parte das críticas feitas à análise de classes seria atribuída a entender-se

“classe” com base nos conceitos marxistas de exploração de classes e de luta de classes, em que, necessariamente, uma classe levaria vantagem baseada na desvantagem de outra, as classes seriam antagônicas, e seu conflito seria o motor para a mudança social. No entanto, as classes não deveriam ser vistas apenas como uma ação política. Os programas de pesquisa em classes sociais deveriam visar ao exame da importância das classes nos padrões de ação social e nas oportunidades de vida. Para esse exame, seriam necessários alguns requisitos, tais como: o conceito de classes teria de ser muito bem definido e operacionalizável, de modo a não ser confundido com outros fatores como, por exemplo, o *status*; a pesquisa deveria ser multivariável, ou seja, as classes sociais não deveriam ser vistas como a causa única ou imediata de, por exemplo, um maior número de doenças, ou menor escolaridade e outras conseqüências; seria importante, também, que o fator tempo fosse incorporado à análise de classes.

Scott (2002) afirmou que as classes sociais continuariam sendo uma poderosa ferramenta analítica, mas que o conceito de classes, sozinho, não seria um arcabouço suficiente para uma análise social, o que estaria longe de significar que devesse ser abandonado.

O critério utilizado para a operacionalização das classes pode variar muito de autor para autor, mas, para Scott (2002), o propósito de se analisar classe social seria o de identificar rupturas na distribuição de recursos que resultariam em propriedade e relações de trabalho, que, por sua vez, gerariam as oportunidades de vida. Os poderes que causariam e demarcariam as divisões sociais e que estruturariam a situação de classe deveriam ser estudados.

As relações de classe não teriam desaparecido, mas tenderiam a ser menos corporativas e menos coletivas. Segundo Scott (2002), a maioria das pessoas nos EUA e Reino Unido reconhecia a existência de classes e situava-se em uma delas. A classe persistiria como uma fonte de identidade mas junto com outras fontes de consciência social e identidade, como estilos de vida no consumo, gênero, etnia e outros (Scott, 2002). Gostos e preferências não seriam mais governados por padrões sociais fixos: eles decorreriam de escolhas de estilos de vida. As condições homogêneas dentro de uma classe seriam, cada vez menos, uma fonte de identidade de classe. Essas mudanças não significariam o fim da classe, mas uma reestruturação do *status* e do conseqüente realinhamento da relação entre classe e *status* (Scott, 2002).

A divisão de classe não poderia, sozinha, explicar ou ser a causa única das oportunidades de vida, das

chances de ficar doente ou de ações políticas; entretanto ela não poderia ser ignorada ou ter as suas conseqüências negadas (Scott, 2002).

1.3 A Contribuição da Antropologia à Relação entre Classes Sociais e Consumo

Pierre Bourdieu (1987) contribuiu para o entendimento da relação das classes sociais e consumo. Ao descrever a condição e a posição de classe, chamou a atenção para a necessidade de se entender a estrutura social historicamente definida. Os critérios para definir uma classe social, se aplicados em outra comunidade, determinariam categorias distintas, uma vez que não deveriam ser transferidos esquemas descritivos e explicativos de uma sociedade a outra, ou a outra época da mesma sociedade. O autor sugeriu a adoção da abordagem estrutural que permitiria captar traços transistóricos e transculturais, que apareceriam, com poucas variações, em grupos com posições equivalentes. A estrutura específica de uma sociedade particular não impediria a comparação entre partes pertencentes a totalidades diferentes. A comparação estaria fundamentada se fosse estabelecida entre partes estruturalmente equivalentes. Uma classe jamais poderia ser definida apenas pelas relações que mantivesse com as outras classes sociais.

Os membros de uma classe social seriam envolvidos deliberada ou objetivamente, em relações simbólicas com indivíduos de outras classes e, com isso, exprimiriam diferenças de situação e de posição, que seriam as marcas de distinção. Bourdieu chamou a atenção para o fato de que todos os traços que Weber atribuiu ao “*construto status*” pertenceriam à ordem simbólica (estilo de vida ou privilégios honoríficos). Os grupos de *status* seriam definidos menos por *ter* do que por *ser* - o que contaria seria a maneira de usar os bens. A busca pela distinção introduziria uma forma inimitável de raridade, a raridade da arte de bem consumir. Os procedimentos expressivos é que dariam a tradução simbólica do sistema social como sistema de inclusão e exclusão. As ações simbólicas exprimiriam sempre a posição social, segundo uma lógica que seria a mesma da estrutura social, a lógica da distinção. Bourdieu considerou a roupa, ao lado da linguagem e da cultura, como tipos de consumo que melhor realizariam a função de associação e dissociação.

Bourdieu observou que a opinião dos indivíduos

acerca da sua posição na hierarquia social, ou dos critérios de hierarquização, seria função direta da sua posição na hierarquia social. Os critérios de pertinência variariam de uma classe para outra. As classes inferiores destacariam, sobretudo, o dinheiro; as classes médias, o dinheiro e a moralidade, enquanto as classes superiores acentuariam o nascimento e o estilo de vida. Bourdieu chama a atenção para o fato de a hierarquia proposta por Warner (1949) expressar o ponto de vista das classes superiores mais atentas às distinções estatutárias do que o das classes médias e populares. As classes mais desfavorecidas jamais interviriam no jogo da divulgação e da distinção. O jogo das distinções simbólicas seria realizado, segundo Bourdieu, no interior dos limites estreitos definidos pelas coerções econômicas e, por esse motivo, permaneceria um “jogo de privilegiados”.

Bourdieu chamou ainda a atenção para o fato de que aprender as regras do jogo da divulgação e da distinção, segundo as quais as classes sociais exprimiriam as diferenças de situação e de posição, não significaria reduzir todas as diferenças, muito menos reduzir as relações de força a relações de sentidos. Significaria optar por acentuar explicitamente um perfil de realidade social que passaria despercebido, ou então, quando percebido, quase nunca apareceria enquanto tal.

Essa mesma lógica da distinção de Bourdieu estaria presente em Douglas e Isherwood (1979). Para esses autores, a atividade de consumo poderia atuar como um sinalizador de *status*, como “barreira” ou “ponte”, ou seja, como elemento de distinção ou de aproximação. Os artigos de luxo seriam usados como armas para a exclusão. Eles entenderam que o consumo seria a parte visível da cultura, e o seu estudo ajudaria a entender a “lógica concreta das classificações” e a definir as suas características. O consumo representaria uma gramática de signos e significados, em que os objetos “se falam”. Os produtos também faziam e mantinham relacionamentos sociais. O universo social precisava estar demarcado pela dimensão temporal: a passagem pelo tempo poderia estar carregada de significado. O indivíduo usaria o consumo para dizer algo sobre si próprio, sobre a sua família e sobre a sua localidade. O consumo faria afirmativas sobre o universo em que o indivíduo está inserido.

Todos os produtos poderiam ter significado, mas nenhum por si mesmo; o significado estaria na relação entre todos os produtos. As pessoas estariam juntas

para avaliar eventos, manter velhos julgamentos e revisar outros. Cada pessoa seria uma fonte de julgamentos e estaria sujeita a julgamentos e a revisar os outros. Cada indivíduo estaria no esquema classificatório e, ao mesmo tempo, estaria ajudando a estabelecê-lo.

Douglas e Isherwood conseguiram clarificar a noção de consumo ao mostrar o lado social e o ato coletivo do consumo que criariam significados e os revisariam a todo o tempo.

A teoria de imitação de *status* de Simmel ([1904] 1957) também demonstra padrões de consumo como um meio de se manter num grupo de *status* e de excluir os grupos inferiores. Na visão desses autores, como também na de Veblen ([1899] 1970), o consumo de objetos é um marcador de posições que reforçaria as barreiras de *status*.

Para esses autores, assim como para Bourdieu, as escolhas no consumo são moldadas culturalmente, sendo as classes subculturais que se diferenciam nos gostos (*tastes*).

2 CLASSES SOCIAIS E CONCEITOS DE MARKETING

Um dos primeiros estudos de classes sociais aplicados ao *marketing* foi o do sociólogo Lloyd Warner, que definiu classe social como uma “classe de pessoas que são vistas de forma semelhante pela comunidade, composta por homens e mulheres que interagem regularmente entre si e partilham expectativas comportamentais” (Warner *et al.*, 1949). Ele percebeu que o comportamento do consumidor era uma das mais importantes expressões de determinada posição de *status* numa comunidade.

Quando descobriu que cada classe social tinha motivações e comportamentos de compra únicos e distintos das demais classes, Warner percebeu o potencial das classes sociais como variável para segmentação. As classes, por serem grupos motivacionais e categorias de *status*, seriam a causa da escolha no consumo: não estariam apenas correlacionadas. Warner deu exemplos de produtos consumidos por classes distintas e buscou na variável “classe social” uma forma de prever o consumo (Warner *et al.*, 1949).

Coleman (1983) levantou a questão sobre a aplicabilidade da visão de classes sociais de Warner nos anos 80s. Os pontos críticos para essa resposta seriam os seguintes:

- As classes de hoje (anos 80s) seriam as mesmas do tempo de Warner? Se não, quais seriam elas?
- Como os grupos de *status* hoje influenciariam o consumo?
- Como saber “quem ficaria onde” no estudo do

status?

Coleman (1983) ponderou que a visão do sistema de *status* da época de Warner foi para o *marketing* e teria permanecido praticamente intacta até década de 80, quando dois importantes estudos apareceram, o de Gilbert e Kahl e o de Coleman e Rainwater.

Gilbert e Kahl (1982) combinaram as teorias da política econômica com o estudo das ocupações e posições sociais e passaram a dar mais ênfase à propriedade capitalista e a ocupação ou a divisão do trabalho como determinantes de classes.

Coleman e Rainwater (1978) utilizaram uma abordagem diferente para construir uma hierarquia de *status*. O objetivo desses autores seria refletir a imagem popular de como as pessoas interagem umas com as outras no sentido de “quem está acima, abaixo e os iguais a nós”. A identificação maior seria a da influência da educação e da ocupação.

A diminuição do envolvimento dos profissionais de *marketing* com as classes sociais, na década de 70, poderia ser explicada pelo surgimento de outras alternativas como o conceito de estilo de vida e pela crença de que a “contracultura” e a negação da busca de *status* por homens “bem-sucedidos” teriam feito com que os profissionais de *marketing* se perguntassem: se as pessoas de diferentes classes sociais não quisessem mais se apresentar de forma distinta umas das outras em público, como ficaria o conceito de classes sociais? (Coleman, 1983).

A segmentação por estilo de vida era originalmente, na década de 60 e 70, parte ou mesmo a essência do conceito de classes sociais. Nos anos 80s, o conceito de estilo de vida tornou-se um conceito independente. Para Coleman (1983), o conceito de estilo de vida não deveria substituir o de classes sociais, mas ambos existirem em combinação.

A proposta de Gilbert e Kahl (1982) de que as classes sociais gerariam as suas próprias subculturas, com estilos de vida diferentes e consumos distintos, foi comprovada por pesquisas. Coleman (1983) também identificou padrões bastante distintos de valores e estilos de vida.

Sivadas, Mathew e Curry (1997) pesquisaram e reforçaram a importância da pesquisa em classes sociais para o *marketing*. Eles chamaram a atenção para o fato de que a maioria das pesquisas em comportamento do consumidor teria sido dominada pelo aspecto individual ou psicológico, em vez do social. Leong (1989) também chegou à mesma conclusão, ao fazer um levantamento das referências bibliográficas dos artigos publicados no *Journal of Consumer Research*, de 1974 a 1988. Ele constatou que apenas 4,1% das referências vinham da Sociologia, ao passo que 26,9% vinham da Psicologia. O autor concluiu que os estudos de *marketing* não estariam utilizando modelos e metodologias da Sociologia. Sivadas *et al.* (1997) atribuíram às rápidas mudanças,

na sociedade e na demografia, a dificuldade em se produzir pesquisa empírica na área de classes sociais. Outro problema, segundo esses autores, seriam as ferramentas inadequadas para a complexa tarefa de medição de classes. Sivadass *et al.* (1997) testaram as sugestões feitas por Coleman (1983) sobre a influência das classes sociais no consumo e chegaram a conclusões bem próximas.

Os autores propuseram uma nova abordagem na indexação das classes sociais através do uso de banco de dados secundários com informações sobre os bairros em vez de informações sobre os indivíduos. Esses bancos de dados fazem parte de sistemas geodemográficos que podem ser utilizados em diversos níveis até chegar ao nível de um domicílio. A pesquisa de Sivadass *et al.* (1997) sugeriu que uma divisão de classes em três níveis seria mais apropriada, pelo menos para a predição de escolha de lazer. Eles endossam Coleman afirmando que o conceito de classes sociais não estaria ultrapassado, mas, sim, subutilizado em virtude da dificuldade de operacionalização.

Para Hawkins (1992), um sistema de classes sociais só poderia existir em uma sociedade se cada classe fosse (1) limitada, (2) ordenada, (3) mutuamente exclusiva, (4) exaustiva e (5) influente. Ser limitada significaria que há claros cortes entre cada classe social, que se separariam umas das outras. Em outras palavras, seria necessário que se estabelecesse uma regra para cada classe, o que incluiria ou excluiria cada indivíduo especificamente. Ser ordenada significaria que as classes poderiam ser dispostas ou arranjadas em termos de alguma medida de prestígio ou *status*, do mais elevado ao mais baixo. Ser mutuamente exclusiva significaria que um indivíduo poderia apenas pertencer a uma classe social (embora fossem possíveis movimentos ao longo do tempo de uma classe para outra). Isso requeria que houvesse uma regra (ou regras) de aceitação geral utilizada para designar determinado indivíduo a determinada classe social.

A exigência de que as classes sociais fossem exaustivas significaria que cada membro de um sistema social deveria enquadrar-se em alguma classe. Não seria possível a existência de indivíduos "indefinidos". Finalmente, as classes sociais teriam de ser influentes. Isso quer dizer que deveria haver variações comportamentais entre as classes. Esse fato estaria intimamente relacionado com o grau de consciência de classe dos membros da sociedade.

Com base nesses cinco critérios, ficaria claro que um sistema estrito e rigidamente definido de classes sociais não existiria na maioria das nações industrializadas. Os estudos clássicos de classes sociais na América desenvolveram diferentes números de classes. Se houvesse efetivamente fronteiras sólidas, pesquisadores razoavelmente cuidadosos identificariam o mesmo número de classes. Da mesma

forma, diversos critérios de classe social situariam os indivíduos em categorias distintas, ou seja, uma pessoa pode ser considerada como de classe média-alta, se a educação for o critério de alocação, mas como de classe baixa superior, se considerada a sua renda. Colocaram-se assim dúvidas para a possibilidade de se construir classes sociais mutuamente exclusivas. Pode-se fazer com que as classes sociais sejam exaustivas simplesmente pela construção de regras apropriadas; entretanto, tais regras poderiam distorcer a consistência interna das diversas classes, se um número substancial de indivíduos claramente não se enquadrar em uma classe (Hawkins, 1992).

Nem todas as características que diferenciam as classes são relevantes para o *marketing* e nem todas as características variam entre as classes. É importante a avaliação de quais as dimensões que seriam importantes para cada produto ou serviço (Hawkins, 1992).

Segundo Engel *et al.* (2000), a estratificação social seria relevante para explicar, pelo menos parcialmente, o comportamento de consumo. Os gerentes deveriam identificar como o processo de consumo de seus produtos seria afetado pelo *status* social (a renda restringe, por exemplo, a compra de iates). Seria importante que se utilizasse a dimensão que fosse mais adequada para o problema que se quer investigar.

Schaninger (1981) e Dominiquez e Page (1981) reexaminaram a discussão do que é melhor para prever o consumo, classe ou renda. Schaninger (1981) propôs uma tentativa de generalização, dizendo que a *classe social* era uma melhor predição para áreas de consumo que não envolvessem altas somas pecuniárias mas que refletissem um estilo de vida, ao passo que a *renda* seria melhor para produtos que requeressem altas somas mas não fossem percebidos como símbolo de *status*; sugeriu que ambas, *classe* e *renda*, fossem utilizadas para produtos que simbolizassem *status* e requeressem altas somas.

Engel *et al.* (2000) chamaram a atenção para o erro em se equiparar *classe social* à *renda*. Classe social não seria determinada por renda, muito embora pudesse haver uma correlação pelo relacionamento entre renda e outras variáveis que determinariam a classe social.

Para Coleman (1983), o que contaria seriam as redes de relacionamento e o julgamento dos pares, e isso nada teria a ver com nível de renda, exceto quando a renda fosse uma "prova" da "qualidade da pessoa", ou seja, o *status* derivaria muito mais da ocupação do que da renda.

A questão de que *renda* seria melhor que *classe* para prever *consumo* deveria ser posta de lado. De acordo com Coleman (1983), o que os pesquisadores deveriam perguntar seria como a classe social afetaria o uso da renda e até que ponto isso se daria. A renda iria dizer o quanto as pessoas poderiam gastar e, por isso, seria uma variável a ser usada primeiramente na

segmentação; todavia seria necessário que se usassem outras variáveis – idade, sexo, estilo de vida, auto-imagem e classe social – para entender porque a renda funcionaria às vezes tão bem e às vezes tão mal para prever o consumo. Quase sempre a razão para o consumo estaria na classe social que estaria agindo isoladamente ou em associação com uma ou mais variáveis sociopsicológicas ou demográficas.

O levantamento feito por Pinson e Jolibert (1998) na Europa revelou que, qualquer que seja o critério utilizado para a classificação social, a hipótese central seria a de que as classes buscam medir *status* social. Ao comparar o poder preditivo da *renda* e das *classes sociais*, o estudo detectou que o conceito de classes sociais somente seria um indicador de consumo quando o produto estivesse associado a símbolo de valor, e o tipo de loja fosse levado em consideração. A pertinência a uma classe e o nível de renda não se mostraram perfeitamente correlacionados. O *status* social estaria mais ligado à atividade profissional e à posição social do indivíduo do que ao seu nível de renda. O que se concluiu neste levantamento foi que o impacto da classe social no comportamento do consumidor estaria mais nos produtos e serviços que se beneficiam de uma ampla visibilidade social ou produtos com função simbólica, que sinalizem a classe a que pertencem os indivíduos ou a classe com a qual aspiram ser identificados (Pinson e Jolibert, 1998).

As Classes Sociais no Brasil

De acordo com o Dicionário de Ciências Sociais (Silva, B. ed. Fundação Getúlio Vargas, 1986), as descrições da estrutura social brasileira apontam para uma estrutura de classes que, no começo do século XIX, já se revestia de certa complexidade. Essas descrições pré-científicas apontam para a influência de alguns fatores marcantes na distribuição e proporção de classes: na fase colonial e até 1888 – a escravidão; no Império e na Primeira República – a imigração estrangeira; a partir de 1914 e, sobretudo, depois de 1940 – a industrialização; a partir dos anos 40s – as migrações internas e a urbanização intensa; e, em todas as épocas, desde a Colônia até hoje, a forma de distribuição da propriedade e da posse de terra.

Na sociedade colonial, voltada para uma economia agrária e monocultora e, secundariamente, para atividades de comércio e administração, num extremo social, ficava o senhor da terra, representantes da Coroa, o comerciante atacadista e exportador e, no outro, o escravo. Com a abertura dos portos em 1808,

passou-se a uma estratificação mais complexa. A expansão do comércio, a introdução dos estilos da vida urbana, a burocracia indispensável ao funcionamento de um Estado independente, a contribuição dos imigrantes através da colonização e, mais tarde, o desenvolvimento industrial que abalou a sedimentação social agrária e a expansão da rede das cidades, provocando deslocamentos de populações. Enquanto, na sociedade da Colônia e do Império, o grande divisor de águas era a passagem do escravo a liberto; na sociedade urbana e industrial, a linha de ruptura correspondente é a passagem do emprego, do semi-emprego e do sem-emprego à condição de assalariado, ponte para benefícios e vantagens.

Os cientistas sociais brasileiros utilizaram basicamente dois métodos para definir a estrutura de classes: um baseado no nível de renda e outro, na ocupação. Todavia, nem um nem outro, isolados, ofereceram alicerce sólido à compreensão da pirâmide social.

Sociólogos como J. Pastore buscaram um ponto de apoio para o estudo da estratificação, através das ocupações, e da posição na ocupação, distribuída pelos diferentes setores de atividade – agricultura, indústria e comércio e serviços. Um dos principais problemas para uma caracterização das classes são os dados do censo, cujas categorias nem sempre permitem uma distinção nítida entre proprietários e não-proprietários.

Isso levou alguns sociólogos à busca de complementar esses dados por outros critérios, tais como: a) estabilidade social, indicada por emprego permanente, propriedade ou posse de terra, qualificação profissional e geração de renda; e b) relacionamento com o mercado de trabalho. Sob esse duplo ângulo, é de grande importância para a compreensão de uma sociedade cada vez mais caracterizada por camadas definidas por um *status* – i.e., estilos de vida e posses – e menos por uma classe, no sentido tradicional, outrora definida por um título ou propriedade, a passagem de não-assalariado para assalariado; ou na agricultura, a transição de trabalhador temporário para permanente; ou de não-qualificado para qualificado (Silva, B. ed. Fundação Getúlio Vargas, Dicionário de Ciências Sociais, 1986).

Critério de Classificação Econômica no Brasil

A adoção pela Associação Brasileira de Anunciantes (ABA) e Associação Nacional de Empresas de Pesquisa (ANEP) de um Critério de

Classificação Econômica comum, com a concordância da Associação Brasileira dos Institutos de Pesquisa de Mercado (ABIPEME), estabeleceria a unicidade dos mecanismos da avaliação do potencial de compra dos consumidores brasileiros. O novo sistema (1996), batizado de Critério de Classificação Econômica Brasil, enfatizaria a sua função de estimar o poder de compra das pessoas e das famílias urbanas, abandonando a pretensão de classificar a população em termos de "classes sociais". A divisão de mercado definida pelas entidades seria exclusivamente por classes econômicas.

O estudo que levou à nova proposta teve dois objetivos fundamentais: montar um sistema de pontuação da população que fosse um eficiente avaliador da sua capacidade de consumo e estabelecer "cortes" na distribuição dessa população que permitisse discriminar os grandes grupos de consumidores.

Além de atender a esses dois objetivos fundamentais, o critério deveria facilitar a coleta de dados e a sua operacionalização; dar precisão às informações coletadas; ter capacidade de discriminação efetiva do poder de compra; uniformidade geográfica e estabilidade ao longo do tempo.

O estudo foi realizado inicialmente com base no banco de dados do Levantamento SocioEconômico - LSE, o IBOPE. A partir desse banco de dados, foi construído o sistema de pontos e, conseqüentemente, os itens de consumo.

Análises estatísticas sofisticadas foram utilizadas para a escolha dos itens e seus respectivos pesos.

A divisão das classes A e B em A1, A2, B1 e B2 atenderia às necessidades das empresas mais interessadas em ter uma "sintonia fina" do mercado. De qualquer forma, seria importante notar, mais uma vez, que o critério não estabeleceu diferenças ou classificações psicográficas ou culturais, pois teria características exclusivamente econômicas.

Outra consideração importante seria a de que o CCEB denomina "classe A1" as famílias com renda familiar mensal acima de U\$5.000 e que representa cerca de 1% da população brasileira. A "classe A", como um todo A1 + A2, compreende o conjunto de famílias que ganham mais de U\$2.700, e representa aproximadamente 5 % da população. Ao definir as classes A1 e A2 dessa forma, houve consenso entre os associados das entidades envolvidas na construção e aprovação desse critério de que não seria conveniente do ponto de vista do usuário, pesquisador e cliente, a definição de uma classe inferior a 1%.

Os responsáveis pelo CCEB chamam a atenção para o fato de que esse critério, ou qualquer outro

critério econômico, não seria suficiente para uma boa classificação em pesquisas qualitativas. Recomendaram que fossem incluídas informações sobre o comportamento de compra, preferências, lazer e hobbies e até de características de personalidade.

Outro critério utilizado seria o de Raimar Richers, que fez uma breve descrição das classes brasileiras baseada numa classificação que utilizou fontes múltiplas, tais como: IBGE, Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados (SEADE), Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), Departamento Intersindical de Estatística e Estudos SocioEconômicos (DIEESE) (ver **figura 1** anexa). Nessa classificação, Richers estimou que, no Brasil, cerca de 52% da população é pobre. O indigente (classe E) diferenciase do "infeliz" (classe D) de duas maneiras: não teria um emprego constante e viveria abaixo da chamada "linha da pobreza", que corresponderia ao custo de uma cesta básica, suficiente para cobrir os gastos com alimentos e outras despesas não-alimentares indispensáveis. Entre as pessoas de classe D e E, haveria muitas que se dedicariam ao mercado informal, mas o IBGE ainda não teria aprofundado as suas pesquisas nessa área.

Segundo levantamento do IBGE de 1999, aproximadamente 21% da população vivia com rendimentos declarados abaixo de 1 salário mínimo, e 43% abaixo de 2 salários mínimos. O levantamento de Richers, com relação às classes D e E chegou a 52% da população considerando uma renda familiar em torno de 1 salário mínimo mensal. Já o levantamento da Marplan (1996) considerou o percentual da população, com rendimentos mensais abaixo de uma média de 2,5 salários mínimos para essas mesmas classes, representando 31% da população.

A população economicamente ativa no Brasil cresceu de 72,9 milhões, em 1996, para 79,3 milhões, em 1999.

A análise da posse de bens permite concluir que 98% dos domicílios possuem fogão e que, com exceção do filtro de água, a geladeira, freezer, máquina de lavar roupa e televisão aumentaram a sua participação no cenário familiar, ao longo dos anos. Esse aumento, na presença desses itens nos domicílios irá fazer com que a posse de bens do CCEB seja pouco discriminatória.

Medição das Classes C e D

A definição de pobreza relatada em Sheth (2001) para a população dos EUA, segundo o *Federal Department of Health and Human Services*, seria em relação ao custo da comida. Esse órgão determina uma cesta básica diária de alimentos necessários para uma

dieta adequada. O valor desta cesta seria multiplicado por três porque, nos níveis de baixa renda, a alimentação representa cerca de um terço de todas as despesas. Esse valor que, em 1995, era de US\$15.569 por ano para uma família americana de quatro pessoas, representaria o limiar da pobreza. O número de pessoas abaixo dessa linha de pobreza era de 36,4 milhões, representando 13,8% da população americana.

Para o IPEA, segundo Sonia Rocha (1997), os valores da renda mensal familiar *per capita* da linha de pobreza no Estado do Rio de Janeiro, em 1995, eram de R\$75,19, para a região metropolitana; R\$46,62, para as áreas urbanas, e R\$ 33,83, para a rural. A partir desses parâmetros, são considerados pobres os indivíduos cuja renda for inferior a estes valores e não-pobres os demais. Estes parâmetros foram fixados com base numa cesta de consumo e seus custos foram estimados ano a ano, com base nos preços do Sistema Nacional de Índices de Preços ao Consumidor do IBGE. A abordagem da pobreza enquanto insuficiência de renda não é uma linha de pobreza normativa, isto é, não reflete uma estrutura de consumo otimizado ou padrão, mas, essencialmente, a estrutura de consumo observada em populações de baixa renda a partir de pesquisas de orçamentos familiares.

Na região metropolitana do Estado do Rio de Janeiro, em 1995, a proporção de pobres em relação ao resto da população era de 21,6%: na população urbana, era de 14,0% e, na rural, era de 25,1%. Nessa mesma época, a média brasileira era de 20,6%.

Análise do Comportamento de Compra das Classes C, D e E

Para Sheth (2001), quando se quer entender as diferenças de valor no comportamento do consumidor, seria útil dividir todos os consumidores em três grupos: os pobres, os ricos e a classe média. Sheth relatou o estudo do sociólogo David Caplovitz, realizado em 1963, que demonstrou que os consumidores pobres pagam mais por bens e serviços que o resto da sociedade. Isso ocorre porque os consumidores pobres não têm a habilidade e os meios de transporte para procurar ofertas e porque os comerciantes exploram a sua fraqueza.

Essa fraqueza também seria descrita em Chauvel (1999), na sua tese sobre consumidores insatisfeitos, na qual o relato dos consumidores das classes C e D seria o de que não tiveram “sorte” ao comprar um produto defeituoso ou que ficaram com vergonha de trocar e até mesmo que foram merecidamente enganados. Os entrevistados mostram uma lógica no

seu discurso, cuja “estrutura significante” aponta diferenças marcantes dos consumidores das classes altas para o das classes baixas. O cliente da classe baixa, com relação à insatisfação de uma compra, acha que a empresa foi prepotente, tirou partido da sua superioridade e discriminou-o. Ele acha que, ao comprar uma marca voltada para a sua classe, ele não teve escolha e foi vítima da sua posição de inferioridade e da “malandragem” da empresa.

Chauvel sugere que a insatisfação e o comportamento pós-compra são mediados pela interpretação do consumidor e que ela obedece a uma lógica social e cultural, em que as expectativas do consumidor brasileiro tendem a ser modestas. Tais constatações reforçam a idéia da falta de equidade nas relações comerciais, fazendo com que as camadas mais baixas da sociedade se sintam mais fracas.

As comparações entre diferentes culturas com relação às classes baixas são interessantes, principalmente quando se compara o primeiro mundo a países como o Brasil.

Sheth (2001) dá a sua visão da psicologia dos pobres relatando as seguintes atitudes em relação à vida:

- Insegurança – os pobres sentem que seus empregos são instáveis, seus recursos inadequados para cuidar da saúde ou outras emergências, e que a polícia e os tribunais exercem sobre eles uma vigilância excessiva e hostil.
- Desamparo – os pobres sentem que não têm a força política, e que, em virtude de seu baixo grau de instrução e das suas experiências de vida limitadas, estão sujeitos aos caprichos dos outros.
- Fatalismo – os pobres sentem que seus próprios destinos não estão em suas mãos e que o acaso, a sorte ou outros elementos controlam o seu futuro.
- Orientação para o presente – como percebem uma falta de controle pessoal sobre os eventos futuros, os pobres sentem que devem mais é aproveitar a vida e deixar que o futuro cuide de si mesmo.

Essas atitudes são responsáveis pelos pobres acumularem dívidas, não economizarem e comprarem de forma insensata, sem despender o esforço necessário para obter bons valores de preços (Andreasen, 1975, *in* Sheth, 2001).

Sheth descreve que os pobres não seguem estratégias de compra sensatas. Ou seja, eles tendem menos a ler jornais, a fazer compras por comparação, a aproveitar descontos e lojas de preços baixos e a comprar marcas genéricas ou próprias, estando mais inclinados a aceitar altas taxas de juros. Embora alguns possam considerar esse comportamento

irracional, os pobres podem, na verdade, ser bastante racionais, dados seus objetivos e situação.

No Brasil, uma pesquisa da agência de publicidade Almap/BBDO em 1996, publicada na *Revista Meio e Mensagem*, revelou os seguintes hábitos de consumo: nas classes " D e E ", apenas 50% dos consumidores consideravam o preço o mais importante, enquanto 38% levavam em conta a prestação, sem se importar com os juros embutidos no preço do produto; os consumidores das classes " D e E " encontravam-se ávidos por consumir e, dada uma disponibilidade de dinheiro, preferiam comprar imediatamente em vez de poupar; e os consumidores de baixa renda tinham mais prazer na compra de alimentos do que os de alta renda.

Os hábitos de consumo das classes C e D aqui descritos carecem de um levantamento de campo mais apurado no Brasil, para que os valores e as relações de consumo se tornem mais evidentes, o que serve de sugestão para pesquisa futura.

CONCLUSÃO

O conceito de classe social continua válido, porém não se pode esperar que essa variável, sozinha, explique ou seja a única determinante das oportunidades de vida. As pessoas continuam a reconhecer a existência das divisões de classes sociais, mas elas constroem as suas identidades sociais também a partir de estilos de vida e de outros fatores além das classes sociais.

O *marketing* poderia utilizar mais essa ferramenta analítica que auxilia a explicar parcialmente o comportamento de compra.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BENNETT, P. D.; KASSARJIAN, H. H. **O comportamento do consumidor**. Rio de Janeiro: LTC, 2000.
- BOURDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1987.
- La distinction**. Paris: Minuit, 1979.
- COLEMAN, R. The continuing significance of social class to marketing. **Journal of Consumer Research**, v. 10, n. 3, p. 265-280, Dec. 1983.
- DOMINQUEZ, L.; PAGE, A. Stratification in consumer behavior research. **Journal of the Academy of Marketing Science**, v. 9, p. 250-271, Summer 1981.
- EDGELL, S. **Class**. Londres: Routledge, 1993.
- ENGEL, J.; BLACKWELL, R.; MINIARD, P. **O comportamento do consumidor**. Rio de Janeiro: LTC, 2000.
- GERTH, H.; MILLS, C. **Character and social structure**. London: Routledge and Kegan Paul, 1961.
- GILBERT, D.; KAHL, J. **The american class structure: a new synthesis**. Homewood, IL: The Dorset Press, 1982.
- GOLDTHORPE, J. **Social mobility and class structure in modern Britain**. Oxford: Clarendon Press, 1987.
- MARSHALL, G. The promising future of class analysis: a response to recent critiques. **Sociology**, v. 26, n. 3, p. 381-400, 1992.
- HAWKINS, D.; BEST, R.; CONNEY, D. **Consumer behavior: implications for marketing strategy**. Homewood, IL: Richard Irwin, 1992.
- JOHNSON, A. **Dicionário de sociologia: guia prático da linguagem sociológica**. Rio de Janeiro: Zahar, 1997. 300p.
- LEONG, S. M. A citation analysis of the journal of consumer research. **Journal of Consumer Research**, v. 15, n. 4, p. 492-97, Mar. 1989.
- MOWEN, J. **Consumer behavior**. New Jersey: Prentice Hall, 1995.
- PINSON, C.; JOLIBERT, A. **European perspectives on consumer behaviour**. London: Prentice-Hall, 1998.
- SCOTT, J. Social class and stratification in late modernity. **Acta Sociologica**, v. 45, n. 1, p. 23-35, 2002.
- Who rules Britain?** Cambridge: Polity, 1991.
- SCHANINGER, C. Social class versus income revisited: An empirical investigation. **Journal of Marketing Research**, v. 18, n. 2, p. 192-208, May 1981.
- SHETH, J.; MITTAL, B.; NEWMAN, B. **Comportamento do cliente: indo além do comportamento do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2001.
- SILVA, B. (ed.) **Dicionário de Ciências Sociais**. Rio de Janeiro: Ed. Fundação Getúlio Vargas, 1986. 1422p.
- SIMMEL, G. Fashion. **American Journal of Sociology**, v. 62, n. 6, p. 541-558, May 1957.
- SIVADAS, E.; MATHEW, G.; CURRY, D. A preliminary examination of the continuing significance of social class to marketing: a geodemographic replication. **Journal of Consumer Marketing**, v.14, n. 6, p. 463-479, 1997.

SOROKIN, P. O que é uma classe social? In: VELHO, O.; PALMEIRA, M.; BERTELLI, A. R. (org.) **Estrutura de classes e estratificação social**. Rio de Janeiro: Zahar, 1976.

WARNER, W. L.; MEEKER, M.; EELS, K. **Social class in America**. Chicago: Science Research Associates, 1949.

WEBER, M. **From Max Weber: essays in sociology**. London: Routledge and Kegan Paul, 1961.

Classe, “status” partido. In: VELHO, O.; PALMEIRA, M.; BERTELLI, A. **Estrutura de classes e estratificação social**. Rio de Janeiro: Zahar, 1976.

WRIGHT, E. **Classes**. London: Verso, 1985.

MARX, K. **O Capital: crítica da economia política**; coordenação Paul Singer, vol 1, São Paulo: Nova Cultural, 1985.

WEBER, M. **From Max Weber: essays in Sociology**. London: Routledge and Kegan Paul. [1922], 1961.

DOUGLAS, M. ISHERWOOD, B. **The world of goods. Towards an anthropology of consumption**. New York: Norton, 1979.

VEBLEN, T. **The Theory of the Leisure Class**. New York: Dover Publications, (1899), 1994.

WARNER, W. L. **Social class in America: an evaluation of status**. New York: Harper and Row, [1949] 1960.

RAINWATER, L. **Social Standing in America: New Dimensions of Class**. New York: Basic Books, 1978.

CHAUVEL, M. A. **Representações e lógicas de ação do consumidor insatisfeito**. Rio de Janeiro, 1999. 246p. Rese (Doutorado em Administração) Instituto de Pós-graduação e Pesquisa em Administração, COPPEAD, UFRJ.

Figura 1

<i>Classes Sociais</i>	A (Alta)	B (Média Alta)	C (Média Baixa)	D (Baixa renda)	E (Pobre)
<i>% da População</i>	7	15	26	28	24
<i>Renda Familiar Anual (R\$)</i>	25.000	De 8.000 a 18.000	De 3.000 a 8.000	De 1.500 a 3.000	De 0 a 1.500
<i>Ocupação</i>	Sócio, acionista, executivo, profissional liberal	Funcionário, dono de pequena empresa, profissional liberal	Operário, funcionário, professor 2º grau, pequeno lojista, etc	Contratado pela CLT, trabalhador ocasional, Informal	Bico e informal, trabalho de menores
<i>Classes Sociais</i>	A (Alta)	B (Média Alta)	C (Média Baixa)	D (Baixa renda)	E (Pobre)
<i>Moradia</i>	Casa ou apartamento próprio de 300m2 p/ cima	Própria ou alugada com 150 a 250m	Apertado, de 50 a 100m, geralmente alugada	De 30 a 50 m, alugado, desconfortável	Favelado vive em 20 a 50m alugado e desconfortável
<i>Instrução</i>	Secundário e/ou superior completo	Secundário	Primário	Primário incompleto e semi-analfabeto	Analfabeto ou primário incompleto.
<i>Posse de carro</i>	2 a 3 novos	Modelo recente (2)	Poucos têm (antigos)	Maioria não tem	Não tem
<i>Outras posses</i>	Várias TVs, equipamento de som, video-cassete, 1-3 geladeiras, freezer, microondas, filmadora, PC etc	Tv, rádio, geladeira, máquina de lavar, fogão, freezer, microondas, máquina de fotografar, PC, etc	TV, rádio, som, geladeira, fogão, máquina de lavar	Tv, fogão, geladeira talvez máquina de lavar ou rádio	Tv, fogão, geladeira, rádio pequeno
<i>Patrimônio (R\$)</i>	250.000 p/ cima	De 50.000 a 150.000	em torno de 20.000	Em torno de 10.000	Não tem

fonte :RR&CA