

## JOVENS, CONSUMO CULTURAL E DISTINÇÃO SOCIAL\*

Rodrigo Vieira de Assis\*\*

**Cite este artigo:** DE ASSIS, Rodrigo Viera. Jovens, consumo Cultural e distinção Social. **Revista Habitus:** revista eletrônica dos alunos de graduação em Ciências Sociais - IFCS/UFRJ, Rio de Janeiro, v. 10, n. 1, p. 126 - 142, agosto. 2012. Semestral. Disponível em: <[www.habitus.ifcs.ufrj.br](http://www.habitus.ifcs.ufrj.br)>. Acesso em: 02 de agosto de 2012.

**Resumo:** O objetivo deste artigo é analisar a relação entre o consumo cultural e a constituição de identidades em jovens assistidos por políticas públicas culturais nas cidades do Recife, Olinda e Jaboatão dos Guararapes, parte da Região Metropolitana do Recife (PE). O estudo desenvolveu-se com base no pensamento de Bourdieu (2008) e nos estudos culturais, especialmente, Canclini (2003) e Hall (2006). O *corpus* analisado é formado por jovens, com idade entre 15 e 29 anos, integrantes de projetos contemplados pelos editais dos Pontos de Cultura. O método empregado no levantamento dos dados foi o *snowball*, também conhecido como “bola de neve”. Enfatizam-se as práticas de distinção social atrelada às atividades de consumo cultural, buscando identificar a hierarquia dos bens escolhidos para consumo, no campo das políticas públicas culturais.

**Palavras-chave:** jovens; políticas públicas culturais; gosto; habitus; identidade.

### 1. Introdução

A relação entre consumo cultural e juventude é uma das formas de se verificar como o indivíduo percebe e constrói a sua identidade dentro de um círculo social. Assim, aquilo que o indivíduo assume gostar de possuir e consumir – em termos de música, arte e outras expressões de cultura e lazer – contribui para identificá-lo e localizá-lo na estrutura da sociedade. Desse modo, o indivíduo determina e é determinado por aquilo que consome, na medida em que a escolha de bens para serem consumidos caracteriza seu estilo de vida [1] e sua identidade [2].

Na relação entre consumo cultural e juventude se verifica também distintas rotas de acesso aos bens culturais. Por um lado, o acesso aos bens culturais é possível pelo volume dos capitais econômico e cultural herdados da família. Por outro lado, a apropriação de bens culturais é buscada pelo que é ofertado e difundido pelas políticas públicas culturais [3]. O consumidor, no cerne desse contexto, qualifica sua origem social ao expressar o seu senso estético (o gosto). Dessa maneira, o gosto é identificado como “a fórmula geradora que se encontra na origem dos estilos de vida [...]” (BOURDIEU, 2008, p. 165).

Assim, nota-se que a desigualdade social vai além das relações estritamente econômicas. Ela se apresenta em todos os domínios da prática: no consumo cultural, na capacidade de aquisição de conhecimentos, nas atividades produtivas, na luta política, nas práticas de aquisição do que é tido como publicamente valioso.

Existe hoje na sociedade brasileira uma pluralidade de grupos sociais, marcados pelo processo de consumo, situados em posições diferenciadas na estrutura social. No universo do consumo cultural, grupos sociais podem ser identificados como agrupamento de indivíduos que estabelecem vínculos subjetivos capazes de organizá-los objetivamente no espaço social, principalmente no que tange à formulação dos esquemas de percepção estética (BOURDIEU, 1982). A atividade de consumir, nesse passo, é uma forma de dizer algo sobre si, é uma escrita de si, que reivindica uma distinção a partir do gosto (BOURDIEU, 2008).

Este estudo tem como objetivo verificar como ocorre o processo de distinção e definição de identidades de jovens a partir do consumo cultural. O *corpus* do estudo é delimitado aos jovens assistidos por políticas públicas culturais, entre 15 e 29 anos [4], habitantes da Região Metropolitana do Recife (RMR) e que participam de atividades nas cidades do Recife, Olinda e Jaboatão dos Guararapes. O artigo traz resultados de uma pesquisa desenvolvida entre agosto de 2010 e julho de 2011, no Programa de Iniciação Científica da Fundação Joaquim Nabuco PIBIC/FUNDAJ/CNPq. A hipótese principal é de que os elementos que são partilhados pelos indivíduos definem o sentido de grupo e atuam sobre as percepções de sua(s) identidade(s), contribuindo para o surgimento de julgamentos classificatórios sobre os próprios estilos de vida. Nesse sentido, a expressão de suas práticas e de suas percepções sobre as práticas, principalmente de consumo cultural, abarca um universo conflituoso, que põe o indivíduo e a estrutura em uma relação intercambiável.

## 2. A pesquisa: entre dificuldades e estratégias

Nenhum manual de pesquisa científica consegue dar conta das dificuldades reais encontradas durante a feitura da investigação sociológica. Lidar com seres humanos, em momentos em que se buscam dados necessários para atingir determinados objetivos, ao mesmo tempo em que se precisa manter uma relação de confiança e relativamente próxima, exige a transposição dos conhecimentos adquiridos em sala de aula, utilizando-se das próprias experiências da vida social do investigador. Dessa maneira, nesta seção busca-se relatar e analisar as estratégias e as dificuldades específicas do estudo aqui apresentado. Assim, espera-se contribuir para o surgimento de reflexões epistemológicas, teóricas e metodológicas do fazer científico em um contexto em que o próprio investigador se integra ao seu objeto de estudo [5].

### 2.1 Formando o *corpus*: identificando os jovens para a pesquisa

Para alcançar os jovens da faixa etária entre 15 e 29 anos assistidos por políticas públicas culturais, primeiro foi realizada uma busca sobre as ações estatais desenvolvidas nos últimos anos para a área da cultura. Destacou-se, para nossos fins, a base do Programa Cultura

Viva [6], denominada Pontos de Cultura. Os Pontos de Cultura são resultado de ações interventivas de entidades da sociedade civil, as quais buscam recursos públicos para dar continuidade aos seus projetos, tornando-se, dessa maneira, integrantes de ações políticas interventivas.

Os jovens representam o foco das políticas públicas. De acordo com a lei nº 12.343, de 2 de dezembro de 2010, cuja finalidade é apresentada no Plano Nacional de Cultura (PNC) [7], com vigência proposta para o período de 2010 a 2020, as estratégias e ações de aplicação das políticas culturais devem estimular os programas voltados às crianças e aos jovens.

Tendo em vista que a noção de que os projetos sociais advindos de demandas da própria sociedade se legitimaram no PNC e os Pontos de Cultura se tornaram o grande estímulo à difusão e formação cultural desde os anos 2000, os jovens assistidos por essa ação foram percebidos como o público prioritário do presente estudo. Assim, buscou-se aproximação com os coordenadores de alguns Pontos de Cultura.

Foram feitas visitas a alguns locais, identificados via consulta à listagem oficial dos Pontos de Cultura do Estado de Pernambuco [8], limitando-se aos municípios selecionados. Foram escolhidos para a pesquisa os projetos socioculturais da Escola Pernambucana de Circo – EPC (Recife), do Grupo Bongar – Jovens da Comunidade Xambá (Olinda) e do Maracatu Aurora Africana (Jaboatão dos Guararapes), todos contemplados pelo edital de Pontos de Cultura desde 2008.

A pesquisa, de cunho qualitativo, com jovens assistidos pelas ações estatais permitiu compreender se há ou não intervenção deles nas atividades que lhes são ofertadas. Paralelamente, foi possível verificar se houve também mudança nos gostos e nos estilos dos indivíduos antes e depois de integrarem as atividades a eles disponíveis, principalmente levando em consideração que estão submetidos à constante interiorização de estruturas simbólicas.

Foram realizadas entrevistas semiestruturadas com representantes das instituições, intentando mapear o local e compreender a realidade do projeto, seus objetivos e suas ferramentas culturais. Em um segundo momento, após conhecer a perspectiva dos gestores, realizou-se, com prévia autorização, visitas aos espaços para compreender e identificar quem eram os jovens ali envolvidos.

Em seguida, realizaram-se entrevistas semiestruturadas com os jovens da faixa etária já indicada. Neste percurso, o estudo considerou a redundância das respostas dos indivíduos, utilizando-se do método *snowball*, também conhecido como “bola de neve”. Com este método é possível constatar uma rede de relações sociais entre os sujeitos entrevistados, na medida em que um indica o outro, durante a exposição de sua posição nas questões que lhe são apresentadas, até atingir o ponto de redundância.

Segundo Alves-Mazzotti (1999, p.163), “atinge-se ‘um ponto de redundância’ a partir do qual não mais se justifica a inclusão de novos elementos”. Dito de outra forma, levando em consideração as condições sociais de existência dos jovens, buscou-se verificar repetições em suas respostas. Não necessariamente repetições objetivas, expressas em atos de fala diretamente condizentes com o que lhes foi questionado, mas repetições de sentido em seus discursos, apreendidos considerando a subjetividade contida em suas respostas. Assim, pôde-se analisar a variação do gosto e também a forma como foi construído o vínculo entre o jovem e a estrutura a qual se sente pertencer.

Tendo por base as noções de distinção e de práticas sociais desenvolvidas por Bourdieu (2008), foram formuladas questões que possibilitassem perceber a origem social do sujeito **[9]**, em conjunto com outras que permitissem verificar a estrutura familiar a qual o indivíduo está inserido **[10]**. Estas perguntas foram essenciais para identificar quem são esses jovens, colocando em evidência o capital cultural que está no entorno do indivíduo e estabelecer parâmetros sociológicos para caracterizá-los nos âmbitos social e cultural da RMR.

Foram realizadas 18 entrevistas, três com gestores e 15 com jovens. Esperava-se, a princípio, um número maior de jovens, mas houve um problema que dificultou significativamente o andamento do trabalho: todos os projetos do Programa Pontos de Cultura estavam, durante os meses da pesquisa de campo, em período de prestação de contas. Essa fase os levou a parar suas oficinas e outras atividades que estão articuladas segundo as diretrizes do termo de compromisso entre a entidade e o órgão público que coordena a distribuição dos recursos. Esse problema atingiu diretamente a pesquisa, atrasando as entrevistas com os jovens, pois houve bastante dificuldade em localizá-los nos locais em que as atividades eram desenvolvidas.

Tendo em vista que esse trabalho é de cunho estritamente qualitativo e que a entrevista semiestruturada se apresenta como ferramenta principal, essencialmente pela riqueza das informações que podem ser adquiridas em sua aplicação, buscou-se estratégias para localizar os jovens, identificando os que mais frequentavam os espaços e, dentre eles, quais residiam próximos ao local das atividades oferecidas pelo Ponto. Esse foi o meio pelo qual foi possível contatá-los.

## 2.2 Os locais investigados

1. A Escola Pernambucana de Circo (EPC) **[11]** possui sede própria situada na área norte da capital pernambucana, no bairro da Macaxeira (Recife). Os membros da EPC afirmam que a instituição é uma Organização Não Governamental (ONG) e recebe verbas públicas para o desenvolvimento de algumas de suas atividades, como as que são postas em prática via Edital do Ponto de Cultura **[12]**. A instituição tem como público alvo crianças, jovens e adultos, de diferentes idades, moradores da comunidade e de

regiões circunvizinhas. Desenvolvem cursos e oficinas expressas por práticas artísticas circenses: atividades de equilíbrio, malabares, teatro, contorcionismo etc.

2. O Grupo Bongar, por sua vez, é formado por jovens moradores do quilombo urbano da Nação Xambá, localizado no Bairro de São Benedito (Olinda). Não possui sede própria e utiliza a comunidade do povo Xambá, etnia trazida para o Brasil ainda no período da escravidão, para desenvolver suas oficinas. O Bongar é, antes de tudo, um grupo musical que realizam espetáculos com músicas do estilo coco, tradição do povo Xambá. No seu projeto, como instituição pública, o Bongar desenvolve oficinas vinculadas às tradições afro-brasileiras, como elaboração de instrumentos musicais (alfaias), capoeira, reprodução das histórias de sua comunidade para os jovens e exibição de filmes e documentários de temática social.
3. O Ponto de Cultura Aurora Cultural está atrelado a Nação do Maracatu Aurora Africana. Possui sede própria, situada no Bairro de Vila Rica (Jaboatão dos Guararapes). Suas atividades são atreladas às tradições culturais afro-brasileiras (dança popular, capoeira e percussão). O projeto atende principalmente jovens em situação de risco social, internos da Fundação de Atendimento Socioeducativo – FUNASE [13], mas não apenas eles. Segundo Fábio Sotero, coordenador desse Ponto de Cultura, não havia mais nenhum jovem recluso dentre os que participaram das oficinas.

### **3. Entre pensamento e realidade social: entrelaçando a teoria e o objeto de estudo**

Um dos caminhos apropriados para realizar a pesquisa partiu da seguinte constatação: quando o indivíduo consome, ele faz escolhas e estas escolhas estão diretamente associadas ao seu gosto, ao seu capital cultural e ao grupo ao qual se sente pertencer. É possível, assim, verificar a distinção social nos jovens assistidos por políticas públicas culturais no cerne das estruturas sociais modernas. Dessa forma, compreende-se a(s) identidade(s) desses indivíduos e, conseqüentemente, como se formam os grupos de relações.

Partindo dessa reflexão alcançada durante a pesquisa de campo, identificou-se em Pierre Bourdieu (2008) a base teórica necessária para este trabalho. Seu pensamento considera que o consumo de bens culturais atua como prática distintiva no sistema dos estilos de vida. É fundamental para identificar a lógica que provoca o julgamento social do gosto praticado entre os jovens, conceber que o indivíduo é tanto estrutura estruturada quanto estrutura estruturante (BOURDIEU, 2008). Nesse passo, os indivíduos não são percebidos em posição passiva diante da estrutura a qual integra, mas estão inseridos em um sistema de constantes trocas simbólicas que permitem a mudança social, a constituição identitária e o desenvolvimento reflexivo dos elementos constituintes do espaço social, principalmente, superando os conflitos internos dos campos sociais específicos.

Para fins analíticos, o conceito de habitus permite verificação dos princípios organizativos das práticas de consumo. O habitus é um “princípio gerador de práticas objetivamente classificáveis e, ao mesmo tempo, sistema de classificação [...] de tais práticas” (BOURDIEU, 2008, p.162). É na externalização das estruturas simbólicas interiorizadas pelos indivíduos, pela expressão do que gostam, pela expressão de seus estilos de vida, que se evidencia a distribuição das práticas de forma hierárquica e, conseqüentemente, a efetivação dos julgamentos de distinção social.

Na realidade dos jovens assistidos por políticas públicas culturais a distinção, no que tange aos mecanismos que permitem sua expressão e reprodução, se processa de maneira análoga. Assim, no processo de aquisição de conhecimentos (internalização de estruturas simbólicas) e, posteriormente, na expressão das capacidades adquiridas (externalização das estruturas simbólicas) para o desenvolvimento de atividades específicas – jogar capoeira, tocar instrumentos musicais, desenvolver um físico apropriado para exercícios complexos – é que os jovens se distinguem socialmente.

É nesse contexto que se constitui a(s) identidade(s). No fluxo da estruturação dos vínculos de pertencimento, de apropriação e de práticas, os jovens consolidam suas relações sociais e subjetivos. Verificou-se na pesquisa que os indivíduos esquecem de si mesmo durante a permanência nas atividades, alcançando o grau da naturalidade.

Apoiando as reflexões desenvolvidas a partir de Bourdieu (2008) em direção aos propósitos desta pesquisa, identificam-se nos estudos culturais, especialmente em Stuart Hall (2006) e em Néstor Garcia Canclini (1999), os caminhos reflexivos para engendrar uma análise adequada sobre o consumo cultural dos jovens da RMR, integrantes de ações públicas culturais. Dessa forma, foi possível trazer clareza ao problema da identidade cultural na modernidade.

Esse diálogo entre os estudos culturais e o pensamento bourdieusiano foi necessário na medida em que se evidenciou que quando o indivíduo consome, ele faz escolhas, e estas escolhas advêm da interseção entre os campos social e cultural. Não se pode supor que o consumidor seja totalmente irracional nas suas decisões. Dessa maneira, as práticas culturais dão sentido ao pertencimento dos indivíduos (CANCLINI, 1999; BOURDIEU, 1996; HALL, 2006).

Existe, com efeito, uma retroalimentação entre estrutura e indivíduo, a qual é possível na harmonização das necessidades sociais com as necessidades culturais. Assim, com a utilização do conceito de sujeito de Hall (2006), pôde-se clarear e alcançar fenômenos antes despercebidos nas situações de pesquisa de campo relacionadas às inquietações dos jovens que integram oficinas subsidiadas pelas ações do Estado.

O sujeito [14], na modernidade, é caracterizado por possuir uma variação de sentidos de si, muitas vezes rompendo com os vínculos culturais que são construídos ao longo de sua vida. Isso foi identificado nos jovens investigados, pois os produtos culturais selecionados para consumo muitas vezes se opõem subjetivamente, levando-os a partilhar gostos e sentidos de si

distintos, caracterizando uma identidade formada por várias outras identidades. Por exemplo, na estrutura social dos grupos de consumidores culturais no contexto da RMR, o estilo pagode é o oposto do estilo rock, mas alguns entrevistados se afirmaram simpáticos aos dois estilos, integrando grupos distintos, qualificados segundo a frequência em locais marcados por eventos voltados aos estilos especificados. São utilizadas, dessa maneira, estratégias de comportamento organizadas segundo as percepções que eles têm sobre os produtos culturais que querem consumir e os estilos de vida aos quais se sentem pertencentes.

É neste passo que Hall (2006) clareia o universo de investigação da pesquisa. Para ele, o sujeito moderno se caracteriza por partilhar de várias identidades, muitas vezes contraditórias entre si. Não mais é possível observar o sujeito como ser centrado, orientado unicamente pela razão, nem mais como sujeito interativo e que ainda se desenvolve junto a uma essência interior.

Nos tempos atuais, modernidade tardia para alguns (GIDDENS, 1991), ou pós-modernidade para outros (HARVEY, 1993; FEATHERSTONE, 1995), a pluralidade de bens disponíveis para o consumo cresceu junto ao desenvolvimento das plataformas de comunicação contemporâneas. Dessa constatação compreende-se, de acordo com os estudos culturais, que vive-se uma crise de identidade, fruto de um processo de transformação da vida social em escala mundial.

Um tipo diferente de mudança estrutural está transformando as sociedades modernas no final do século XX. Isso está fragmentando as paisagens culturais de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade, que, no passado, nos tinham fornecido sólidas localizações com o indivíduos sociais. Estas transformações estão também mudando nossas identidades pessoais, abalando a ideia que temos de nós próprios como os sujeitos integrados. Esta perda de um “sentido de si” estável é chamada, algumas vezes, de deslocamento ou descentração do sujeito. Esse duplo deslocamento [...] constitui uma “crise de identidade” para o indivíduo (HALL, 2006, p. 9).

Assim, identifica-se que o descentramento do sujeito na modernidade está associado a “um tipo diferente de mudança estrutural”, denominado “globalização”, que atua nas esferas da política, da cultura, da economia e do conhecimento. Giddens (1991), refletindo acerca das mudanças no cerne da modernidade, afirma que elas:

São mais profundas do que a maioria das mudanças características dos períodos anteriores. No plano da extensão, elas serviram para estabelecer formas de interconexão social que cobrem o globo; em termos de intensidade, elas alteraram algumas das características mais íntimas e pessoais de nossa existência cotidiana (GIDDENS 1991, p. 21).

De acordo com Canclini (2003), a globalização não deve ser apenas verificada como um processo que submete o poder dos países política e economicamente hegemônicos sobre os países dependentes, engessando-os e os levando à homogeneização cultural. Para o autor, nesse processo, se é possível um maior fluxo de informações e de trocas de bens culturais, não é prudente tomar como correto o pensamento que leva em consideração uma homogeneização mundial das culturas. Ao contrário, o mais provável é que se possa verificar uma pluralização

das produções, das manifestações culturais e dos gostos, resultando em uma crise de identidade cultural, identificada por Hall (2006).

O sujeito pós-moderno tem uma identidade provisória, variável e problemática. A identidade é, portanto, continuamente estabelecida e transformada “em relação às formas pelas quais somos representados e interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam” (HALL, 1987 *apud* HALL, 2006, p. 13). No deslocamento contínuo das identificações, perde-se a noção de coerência do eu. Aqui, com efeito, percebe-se um contexto negativo para o indivíduo, que se perde acerca de uma ideia sobre si: “a identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia” (HALL, 2006, p. 13).

Os locais definidos como espaços de expressão cultural pelas ações estatais servem como foro de discussão sobre a aprendizagem da cidadania, o reconhecimento identitário e o pertencimento ao grupo. Ainda que se fale numa identidade transterritorial e multilinguística, há um enraizamento na cultura local, a cultura do morro, do bairro, da comunidade, onde as tradições nacionais e regionais se corporificam nos bens culturais ali produzidos, expostos e acessíveis.

Os jovens assistidos pelas políticas públicas culturais, como foi constatado empiricamente, estabelecem relações com outros que estão em um mesmo contexto social, principalmente levando em consideração os valores culturais. No entanto, buscam mudança na sua condição social de existência. E é nessa esperança de modificação e melhoria de vida que se pode verificar uma relativa autonomia frente à estrutura social que se apresenta, buscando rotas de acesso aos bens culturais que lhes permitam ascender no universo dos estilos de vida.

#### **4. No interior do contexto dos jovens: consumo cultural, distinção e identidades**

As políticas públicas culturais aprovadas pelas instâncias administrativas governamentais resultam, em grande medida, de reivindicações de sujeitos socialmente organizados, como movimentos sociais, ONGs e instituições privadas. Essa notação é identificada nos discursos dos gestores que concederam entrevistas. Segundo Cleiton José da Silva, coordenador do Ponto de Cultura do Grupo Bongar, por exemplo, “o Ministério da Cultura têm ‘milhões’ de mecanismos, o governo têm ‘milhões’ de mecanismos que tem por obrigação está dando suporte às instituições culturais” [15].

Verificou-se que o edital dos Pontos de Cultura não permite às instâncias públicas intervirem nas oficinas das instituições contempladas. Se o projeto for coerente com as possibilidades de sua execução, não haverá problemas significativos para o seu desenvolvimento. O governo atua apenas na fiscalização da utilização dos recursos. Todavia, segundo os gestores entrevistados, não há uma efetiva fiscalização, da mesma forma que não existe orientação para resolver problemas administrativos que possam acarretar a má utilização dos recursos.



Os produtos culturais ofertados pelos Pontos de Cultura advêm dos conhecimentos já existentes entre os membros da instituição cultural que propôs o projeto. Foi percebido, por exemplo, na entrevista concedida por Fábio Sotero, coordenador do Ponto de Cultura Aurora Cultural, que na seleção das atividades oferecidas, buscou-se contemplar indivíduos que já participavam do Maracatu Aurora Africana. Se estiver apto a ensinar, por ter o conhecimento adequado ao que estão querendo disponibilizar em termos de expressão cultural, a oficina é posta em pauta. Em suas palavras [16]:

Por exemplo, o maracatu veio do grupo de dança [...] então a gente têm pessoas em condição de dar aula de dança popular. [...] Eu, particularmente, Fábio, minha área é dança popular. Atualmente eu faço licenciatura em dança na UFPE e sempre dancei, há 15 anos. Não oferecemos nem dança de salão, nem dança clássica porque ninguém é qualificado pra dar esse tipo de aula aqui no maracatu. O mestre de maracatu também, ele é da área de capoeira, é bastante graduado na área de capoeira, é um excelente capoeirista. Então, também houve essa opção de colocar essa oficina de capoeira, porque tínhamos ele e mais outros com panheiros que faziam capoeira. E a percussão é que não falta gente qualificada pra dar aula. A gente procura selecionar dessa forma: do que é que a gente vai dar aula? Vamos dar aula de confecção de pintura. Tem instrutor? Não tem, então a gente não dá.

Dos três Pontos de Cultura visitados, concluiu-se que nenhuma das oficinas desenvolvidas resultou de intervenções dos jovens assistidos. Todas foram planejadas pela entidade e, após recebimento dos recursos, postas em prática. O plano de trabalho dos projetos das instituições é um norteador que não pode ser modificado. Assim, no limite da amostra analisada, afirma-se que não há aceitação (ou legitimidade) do que o jovem, aluno das oficinas, questiona ou sugere.

Dessa observação é possível questionar se há ou não autonomia dos jovens no processo de consumo de bens culturais ofertados pelas políticas públicas culturais. Se o que está disponível para consumo cultural são os produtos constituídos no cerne das atividades socioculturais e essas são fixadas ainda quando o plano de trabalho se encontra em nível de proposta de projeto, os jovens possuem limitado poder de escolha nesse universo.

Segundo AEA [17], 26 anos, residente em Jaboatão dos Guararapes e participante das oficinas de percussão e de dança, realiza-se “reuniões mensais, onde cada um expõe a sua opinião e vê a melhor forma de se trabalhar” [18]. Todavia, quando questionado quais atividades foram acatadas ou modificadas junto às suas sugestões, ela afirma que “nenhuma das oficinas foram modificadas por causa das minhas opiniões”. Dessa forma, o que faz as oficinas oferecidas pelos projetos socioculturais mantidos por recursos públicos terem uma demanda de público que possibilita preencher as vagas oferecidas?

A resposta para esta questão é verificada na desigualdade de acesso aos bens culturais. A desigualdade social está muito além das relações estritamente econômicas. Ela se encontra também em instâncias simbólicas da vida social. Há uma economia de bens culturais, que,

segundo Bourdieu (2008), necessita uma sistematização para sua real compreensão, evitando cair em qualquer espécie de economicismo. Deslocar-se até outro bairro, situado muitas vezes longe do local de residência, é motivado, em grande medida, pela busca de melhoria nas condições sociais de existência [19].

Os jovens encontrados, jovens de classes populares, residentes em bairros periféricos, integram as atividades dos projetos buscando não só atividades de cultura e lazer, mas uma formação profissional na área cultural. Buscam-se novas perspectivas, dedicam-se às atividades objetivando o conhecimento necessário para uma possível inserção em espaços profissionais condizentes com suas capacidades (física e simbólica). O seu habitus é continuamente estruturado e nessa dinâmica se verifica a integração do jovem na estrutura social a qual se sente (ou se quer sentir) pertencer.

O gosto pelas oficinas é resultado da junção entre vínculos afetivos entre os participantes e a esperança de transformação social de si. As comunidades que habitam - bairros da Macaxeira, Vila Rica, São Benedito, Casa Amarela - são percebidos como regiões de restritas oportunidades. Dessa maneira, três são as principais atividades identificadas pelos próprios jovens: estudar, trabalhar ou ingressar na criminalidade.

As estratégias de comportamento dos jovens adquiridas na convivência dentro dos espaços das oficinas, com outros jovens e com osicineiros, condicionam a modificação do gosto e, assim, dos grupos de jovens que integram. Identifica-se que houve uma aceitação das estruturas simbólicas ali disponíveis e, deste modo, uma reestruturação do habitus, motivando o surgimento de novos vínculos de identidade cultural.

AEA, que participa das oficinas de percussão, deixa claro que o gosto e a identidade cultural são os dois elementos que mais fortalecem o vínculo com as oficinas das quais participa:

Eu me identifico muito com música cultural [20]. É porque eu gosto muito de valorizar a cultura pernambucana e os artistas da terra. Gosto do coco do Bongar, muito. Do Maracatu Nação Pernambuco. (...) É promover a cultura mesmo. Fazer com que as pessoas tenham certo conhecimento cultural, porque eu acho que é muito baixo (AEA, 26 anos).

A identificação do jovem assistido pelas políticas culturais, em grande medida, volta-se às tradições culturais de seu local de origem. Ao mesmo tempo, eles consomem produtos culturais massificados, encontrados no cotidiano, principalmente por meio do acesso aos meios de comunicação. A interpelação de diversos produtos culturais, de diferentes origens e advindos de diferentes culturas, contribui para o descentramento do sujeito que Hall (2006) denuncia como um fato dos tempos atuais.

Portanto, verifica-se que os vínculos culturais advindos das tradições locais, em meio ao processo de globalização, não se esmiúçam em traços ínfimos. Eles são somados às identificações dos jovens aos produtos culturais globalizados. Os jovens investigados são constituídos por uma identidade formada por várias identidades, que dialogam com práticas de

consumo cultural de ordem física (nas oficinas em que participam) e também de ordem simbólica (pela recepção de bens culturais via meios de comunicação de massa). O julgamento do gosto é a expressão máxima do discernimento desses indivíduos. A distinção social funciona em termos de representações sociais e, em alguns casos, de posições sociais, sempre organizadas segundo o valor atribuído ao produto cultural escolhido para consumo.

O gosto é o operador prático da transmutação das coisas em sinais distintos e distintivos, das distribuições contínuas em oposições descontínuas; ele faz com que as diferenças inscritas na *ordem física* dos corpos tenham acesso à *ordem simbólica* das distinções significantes (BOURDIEU, 2008, p. 166).

Por outro lado, com efeito, o próprio julgamento do gosto possibilita a formação de grupos de indivíduos. No caso dos jovens, verifica-se em ACF, 20 anos, residente no Recife, que integra atividades desenvolvidas em Jaboatão dos Guararapes, que o gosto resultou em vínculos afetivos e são esses os principais elementos que a faz permanecer nas oficinas em que está inscrita. Em suas palavras [21], respondendo à questão sobre o motivo que a leva até o Ponto:

Por que eu gosto e porque a turma me acolheu de uma maneira muito “massa”. Quando eu coloco o meu tambor no ombro, é muito “massa”. A emoção... (...) Eu já criei aquele amor, sabe? Eu já me sinto fazendo parte do grupo. Eu sou batuqueira. Eu gosto de tocar alfaia. Só me fez bem (ACF, 20 anos).

Em todas as entrevistas com gestores e jovens identificou-se que as produções culturais massificadas são tidas como de baixo valor cultural, que não permitem o desenvolvimento da capacidade crítica e social. Assim, o gosto é o meio pelo qual eles se diferenciam do “restante da sociedade”. “O gosto classifica aquele que procede à classificação” (BOURDIEU, 2008, p. 13).

Os jovens analisados buscam consumir produtos voltados aos estilos identificados por eles como “estilo cultural”. Esse estilo, no universo das políticas públicas culturais, ocupa a posição mais alta na hierarquia da produção e dos bens oferecidos, na medida em que se referem às manifestações da cultura popular [22]. Consequentemente, na lógica interna do campo do consumo cultural, no âmbito das ações públicas de difusão cultural, o indivíduo percebido como detentor de elevado conhecimento sobre a cultura popular é visto como a pessoa de maior intelectualidade e maturidade, que merece mais respeito e formalidade no trato cotidiano. É ele que detém maior legitimidade no campo.

Mesmo que não seja proposital no comportamento dos sujeitos de uma determinada prática (como a capoeira, por exemplo), há uma verticalidade nas relações entre os jovens. Quem tem o domínio da prática, quem detém mais experiência, ocupa a posição de “referência” entre os sujeitos envolvidos.

As oficinas que são ministradas nos locais pesquisados são fundamentadas nas tradições da cultura popular: dança popular, atividades percussivas, leituras de histórias da comunidade,

jogos de capoeira etc. Para visualizar os tipos de produtos culturais que mais surgiram nas entrevistas e suas respectivas colocações de maneira hierárquica, veja o QUADRO I [23]:

QUADRO I

<b>Tipos de produtos culturais</b>	<b>Análise da percepção dos jovens sobre os produtos culturais</b>
Produtos culturais derivados de tradições cultural / Manifestações culturais (maracatu, coco, afoxé, frevo etc.)	Esse tipo de produto é considerado, por unanimidade no universo dos jovens assistidos por políticas públicas culturais, com o “muito bom”. Conclui-se que no contexto social em que esses indivíduos estão inseridos, esse tipo de produto cultural ocupa o nível mais alto da hierarquia dos produtos disponíveis para consumo.
Produtos culturais internacionais (músicas em outras línguas, filmes etc.)	Dizem gostar, apesar de, muitas vezes, não ter o conhecimento da língua em que são produzidos, recorrendo à tradução.
Estilos de produtos legítimos no universo do consumo cultural (MPB, bons restaurantes, locais frequentados pela classe dominante)	Esse tipo de produtos culturais é percebido de forma “regular”. Há relativa resistência ao seu consumo, pois os identificam como pertencentes a uma realidade de classe diferente da sua.
Produtos de produções locais que circulam em meios de comunicação de massa e recebem alta receptividade das comunidades em que residem (programas locais, músicas – brega, forró estilizado, pagode etc. – eventos na comunidade em que habitam)	Esse tipo de produto é considerado, por mais da metade dos entrevistados, com o tipo de produto cultural que não traz nenhuma contribuição para o seu lazer. Os jovens afirmam que esses são os estilos mais encontrados no dia-dia do seu contexto social e são também de mais fácil aquisição.

Fonte: elaboração própria.

Quando questionados se seu gosto sempre esteve atrelado aos estilos aprovados atualmente para consumo, respondem que houve uma mudança no gosto depois que passaram a frequentar as atividades. Nas oficinas, portanto, há processos de interiorização de estruturas simbólicas que são estruturantes sobre os jovens. É nessa interiorização que a identidade é constituída, formando-se um novo habitus.

Para EMF, 21 anos, residente na zona norte do Recife, alguns elementos que antes não eram de seu cotidiano, após integrar as oficinas de teatro e arte circense, passaram a integrá-lo: “rapaz, antes eu não gostava de músicas culturais não. Eu pensava que era... assim... ‘macumba’. Então depois eu comecei a entender que não era, que eram coisas distintas. Então, eu comecei a gostar” (EMF, 21 anos).

Verificou-se que os grupos de jovens se distinguem entre si pelo valor simbólico atribuído aos produtos culturais, às práticas cotidianas e aos estilos de vida. Isso aponta para um processo de constituição de identidades regido pelas atividades do consumo. Segundo Canclini (1999, p.21), “quando selecionamos os bens e nos apropriamos deles, definimos o que consideramos publicamente valioso, bem como os modos com que nos integramos e nos distinguimos na sociedade, com que combinamos o pragmático e o aprazível”.

## 5. Conclusões

3 As políticas públicas culturais são fundamentais para o funcionamento da estrutura social. Os indivíduos assistidos por essas ações se situam na sociedade como estruturas estruturadas e estruturantes, na medida em que suas identidades culturais são constituídas pelos produtos culturais que acessam e, ao mesmo tempo, difundem no seu contexto social conhecimentos advindos do que foi internalizado nas experiências vividas.

4 A distinção social entre os grupos de jovens é produzida pela expressão do discernimento, considerando o que é bom e o que é ruim para ser consumido – em termos de música, de artes e de atividades de cultura e lazer. Isso pressupõe uma hierarquia formulada subjetivamente que é expressa objetivamente no desempenho das práticas e na classificação dessas práticas.

5 O habitus de consumidor cultural desenvolvido pela frequência de acesso aos produtos que são disponibilizados pelas políticas de base cultural é incorporado e expresso em todos os domínios da vida dos jovens. Eles buscam se integrar mais às atividades que participam, objetivando alcançar o nível técnico exigido para desempenharem funções profissionais, no campo da produção cultural.

6 Por serem jovens residentes em bairros que sediam atividades voltadas para as manifestações da cultura popular, os jovens integrantes de oficinas baseadas nas culturas populares passam a compreender mais as raízes culturais de sua localidade. Dessa maneira, noções baseadas em discursos discriminatórios são superadas, reconfigurando o senso estético, resultando na modificação do gosto e dos princípios organizativos do habitus.

7 Os estilos de vida são partilhados, conseqüentemente, entre os indivíduos que se sentem pertencentes a um mesmo grupo social. Por outro lado, verificam-se contradições e estratégias de comportamentos que permitem aos jovens se incluírem em eventualidades específicas do universo do consumo cultural. Desde a representação que fazem do espaço dos estilos de vida à maneira de se portarem neste mundo de representações, os consumidores culturais se utilizam da hierarquia dos produtos culturais para se apresentarem de maneira distinta e distintiva.

8 A seguir, relacionam-se a teoria, os questionamentos que motivaram a investigação e suas respectivas respostas à pesquisa:

9

10 QUADRO II


Distinção dos jovens a partir do consumo cultural	A distinção social abrange a realidade dos jovens assistidos por políticas públicas culturais? <span style="float: right;">Sim</span>
Jovens assistidos por políticas públicas	Quem são os jovens assistidos por políticas culturais? São jovens residentes em bairros periféricos, cujo índice de criminalidade é significativo. Vivem em famílias de baixo capital cultural e econômico.

<p>Natureza dos produtos culturais oferecidos pelas políticas públicas culturais</p>	<p>Há autonomia dos jovens frente aos bens culturais que lhes são ofertados pelas políticas públicas culturais?</p>	<p>Não. Os tipos de produtos culturais se voltam demasiadamente às tradições locais. Eles são decididos pelos gestores que submetem propostas aos órgãos que detêm os recursos públicos e, assim, não há uma consulta sobre o que os jovens querem que lhes seja oferecido.</p>
<p>A(s) identidade(s) dos jovens assistidos</p>	<p>Com o é constituída a identidade cultural do jovem assistido por políticas públicas culturais? Ele é um jovem centrado, coerente e previsível?</p>	<p>Jovens se identificam com mais de um tipo de pertencimento social. Não possuem uma única identidade e não são previsíveis. Muitas vezes são contraditórios, pois participam de práticas sociais que, na sua estrutura social, são tidas como opostas.</p>
<p>Os jovens no cerne do que lhe é oferecido pelas políticas públicas culturais</p>	<p>Os jovens se identificam com as atividades que frequentam? As políticas públicas atuam estruturalmente sobre os jovens?</p>	<p>Os jovens se identificam com as oficinas que participam. Nessa integração os gostos são modificados. Assim, as políticas públicas culturais são estruturantes sobre os jovens por elas assistidos.</p>
<p>Habitus dos jovens assistidos pelas políticas públicas culturais</p>	<p>Com o é possível caracterizar o habitus dos jovens assistidos por políticas públicas culturais? Com o pode ser verificado sua singularidade no espaço social?</p>	<p>O habitus dos jovens assistidos por políticas públicas culturais são expressos na totalidade de sua existência. São estruturas estruturantes e estruturadas. Motivam outros jovens a se dedicarem ao aprendizado e ao consumo de produtos culturais. Produzindo identidades de grupos.</p>

Fonte: elaboração própria.

Conclui-se, portanto, que as identidades culturais construídas no cerne da estrutura das políticas públicas culturais são engendradas pelo processo de modificação do gosto, o qual passa a apontar para um consumo cultural que legitima as produções baseadas nas manifestações culturais locais. Logo, os jovens internalizam estruturas simbólicas que geram um novo habitus, distinto do habitus dos indivíduos que consomem unicamente produtos massificados, acessados pela inclusão no mundo globalizado.

Os estilos de vida dos jovens assistidos por políticas públicas culturais se voltam para a execução de práticas que legitimam as identidades culturais a que se sentem pertencer, construídas na partilha de vínculos subjetivos entre indivíduos situados em contextos sociais aproximados. O corpo, as práticas sociais, as representações sociais são produzidas e reproduzidas e o gosto funciona como princípio distintivo.

Portanto, o consumo de bens culturais atua nas ordens física e simbólica da vida social. Dessa forma, conclui-se que diferentes condições de existência permitem a formação de habitus diferentes e também em identidades distintas. Produzem-se disposições estéticas variadas cujo desdobramento atinge diferentes domínios da experiência social, promovendo diferentes estilos de vidas, como observado nos jovens atendidos por políticas públicas culturais nos três municípios pesquisados. 

## NOTAS

\* Este estudo foi desenvolvido a partir dos resultados de pesquisa de iniciação científica, sob orientação da pesquisadora doutora Patricia Bandeira de Melo, realizada entre agosto de 2010 e julho de 2011, na Fundação Joaquim Nabuco (Fundaj), financiada pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). A pesquisa integrou as atividades do projeto Juventudes, consumo cultural e políticas públicas, coordenada pela pesquisadora Ana Lúcia Hazin Alencar. Artigo enviado em agosto de 2011.

\*\* Atualmente é aluno do último período do Bacharelado em Ciências Sociais da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE). É integrante do Grupo de Pesquisa em Desenvolvimento Regional e Urbano e Políticas Públicas da Fundação Joaquim Nabuco (Fundaj) e do Núcleo de Estudos e Pesquisas em Criminalidade, Violência e Políticas Públicas de Segurança do Programa de Pós-graduação em Sociologia da Universidade Federal de Pernambuco (Neps/PPGS/UFPE)

**[1]** Compreende-se estilo de vida como “um conjunto unitário de preferências distintivas que exprimem, na lógica específica de cada um dos subespaços simbólicos [...] a mesma intenção expressiva” (BOURDIEU, 1982, p. 84).

**[2]** Neste artigo utiliza-se a noção de identidade desenvolvida por Hall (2006), tida como uma soma de várias identidades, muitas vezes contraditórias entre si. Como ele diz, “a identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia” (HALL, 2006, p. 13). A noção dá margem para uma concepção de sujeito pós-moderno, na medida em que o indivíduo se constitui no cerne de uma crise de sentimentos de pertencimento.

**[3]** É interessante notar que essas diferentes rotas de acesso não são excludentes entre si. Há possibilidade do indivíduo possuidor de uma soma de capitais específicos se integrar ao que é oferecido pelas políticas públicas. Verifica-se isso na medida em que mesmo havendo uma ênfase de intervir no contexto social marcado pela vulnerabilidade social (público alvo), as políticas públicas não estão fechadas para outros contextos sociais.

**[4]** Utiliza-se o recorte etário adotado pela Secretaria e pelo Conselho Nacional de Juventude, que é o mesmo do Estatuto da Juventude, em tramitação na Câmara dos Deputados.

**[5]** O próprio autor integra a faixa etária dos jovens estudados. Isso possibilitou, por um lado, uma melhor integração nas entrevistas e contribuiu para identificar os produtos culturais que são selecionados para consumo. Por outro lado, a dificuldade de se posicionar em alguns contextos tornou-se mais complexa. Em uma das entrevistas, o jovem analisado afirmou frequentar locais de expressão de cultura e lazer diretamente associados ao gosto de consumo do investigador, surgindo identificações. Acredita-se que a vigilância sobre o método empregado e a autoanálise servem como meio para se atingir o nível da análise científica nesses casos.

**[6]** O Programa Cultura Viva originou-se em 2004 com o objetivo de fortalecer e estimular uma rede de criação e gestão cultural no Brasil. A base dessa ação são os Pontos de Cultura. Eles são selecionados via submissão de projetos socioculturais em editais públicos, criado pelo Ministério da Cultura (MinC), regulamentado pelas Portarias MinC nº 156 e nº 82, de 06 de julho de 2004 e de 18 de maio de 2005, e é executado pela Secretaria de Cidadania Cultural (SCC), que até 2008 se chamava Secretaria de Programas e Projetos Culturais. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/culturaviva/>. Acesso em: 18/07/2011.

**[7]** “Estimular a formação de redes de equipamentos públicos e privados conforme os perfis culturais e vocações institucionais, promovendo programações diferenciadas para gerações distintas, principalmente as dedicadas às crianças e aos jovens” (PLANO NACIONAL DE CULTURA, 2010). Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2011/05/Lei2.343-PNC-Publica1.pdf>. Acesso em: 17/07/2011.

**[8]** Disponível na homepage da Fundação do Patrimônio Histórico e Artístico de Pernambuco – FUNDARPE. Disponível em: <http://www.fundarpe.pe.gov.br/>. Acesso em: 05/02/2011.

**[9]** Por exemplo: em que bairro você mora? / Que tipo de moradia habita? / Qual o nível de escolaridade dos seus pais?

**[10]** Por exemplo: Você mora com seus pais? Se não, com quem mora? / Quantas pessoas vivem em sua casa? Qual o grau de parentesco das pessoas: pai, mãe, irmão(ã), tio(a), primo(a), filhos(as), avô(ó) etc.? / Qual a renda da sua família (medida em salário mínimo)?

**[11]** Essas informações sobre as três instituições resultam das entrevistas semiestruturadas aplicadas aos gestores ou representantes de cada um dos Pontos de Cultura.

**[12]** Constatou-se nas entrevistas com os coordenadores/representantes dos Pontos de Cultura visitados que o volume de recursos capitados chega ao valor máximo de 180.000 reais. O recebimento deste valor se faz em três parcelas, uma a cada ano.

**[13]** Não foi possível contatar os jovens internos da FUNASE. Duas dificuldades se apresentaram: 1) acesso ao interior do espaço não é conseguido rapidamente, requer prévia autorização dos órgãos públicos competentes e 2) a alta rotatividade com que os indivíduos entram e saem do centro de ressocialização.

**[14]** Segundo Hall (2006), o sujeito do iluminismo seria um ser centrado e unificado, dotado da capacidade de razão. Sua essência seria o seu interior e sua identidade considerada natural, uma vez que ela o pertencia desde o seu nascimento e com ele se desenvolvia. O sujeito sociológico, por seu turno, é por ele percebido como um ser interativo, configurado pelo seu processo de socialização e absorção de caracteres de sua cultura. Seus principais promotores foram G.H. Mead, C.H. Cooley e os interacionistas simbólicos. Essa percepção da identidade representa a visão sociológica clássica da questão. Para Hall, a identidade na modernidade é formada pela soma de outras identidades, muitas vezes contraditórias e que levaram o sujeito moderno a uma crise de pertencimento. Não há coerência entre os vínculos culturais, levando o indivíduo a se perder sobre si mesmo.

**[15]** Entrevista concedida em 31/03/2011.

**[16]** Entrevista concedida em 03/05/2011.

**[17]** A codificação foi necessária na medida em que a faixa etária pesquisada inclui indivíduos menores de 18 anos. Além disso, a preservação do nome permite que eles façam críticas sem receio de serem identificados, assegurando-se o direito de preservação da imagem. Dessa forma, a primeira letra se refere ao Ponto de Cultura ao qual o jovem integra e a segunda e a terceira letras referem-se às iniciais dos dois primeiros nomes do(a) jovem.

**[18]** Entrevista concedida em 28/05/2011.

**[19]** A variação da renda familiar entre os jovens entrevistados situa-se entre 1 e 3 salários mínimos. A escolaridade dos pais, na maioria dos casos, é inferior a escolaridade das mães. Duas jovens afirmaram que suas mães possuem diploma superior enquanto que seus pais não chegaram a concluir o ensino médio.

**[20]** Notou-se na pesquisa que o termo “cultural” é atrelado, no cotidiano dos jovens assistidos por políticas públicas culturais, às atividades de manifestação da cultura popular. Assim, quando se referem ao grupo cultural, sempre estavam se referindo aos grupos que produzem músicas e espetáculos, baseando-se em estilos como o maracatu, o frevo e o afoxé.

**[21]** Entrevista concedida em 28/05/2011.

**[22]** A noção de cultura popular é tida pelos sujeitos investigados como as manifestações culturais manifestadas tendo como pano de fundo as tradições do território em que habitam. Assim, no caso da RMR, é tido como cultura popular o maracatu, o frevo, o coco, o baião etc.. Também festividades como o São João e o carnaval são percebidas como culturas populares. Para Hall (2003), “a cultura popular é um dos locais onde a luta a favor ou contra a cultura dos poderosos é engajada; é também o prêmio a ser conquistado ou perdido nessa luta. É a arena do consentimento e da resistência. Não é a esfera onde o socialismo ou uma cultura socialista – já formada – pode simplesmente ser ‘expressa’, Mas é um dos locais onde o socialismo pode ser constituído” (HALL, 2003, p. 263).

**[23]** Os conceitos utilizados no QUADRO I estão organizados segundo a linguagem utilizada nas entrevistas. Foi elaborado um esquema de exemplos de produtos, como cantores e cantoras que atuam em um determinado estilo musical, ou grupo de dança de um ou de outro tipo de performance, por exemplo, e assim ouvia-se a opinião do jovem. Perguntou-se também um tipo de produto cultural que ele não consumiria em hipótese alguma e qual ele não deixaria de consumir. Da análise desses pontos, elaborou-se o QUADRO I.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS



ALVES-MAZZOTTI, A.J. GEWANDSNAJDER, F. **O método nas ciências naturais e sociais**: pesquisa quantitativa e qualitativa. São Paulo: Thomson, 1999.

BOURDIEU, P. Gostos de classe e estilos de vida. In: ORTIZ, Renato (org.). **A Sociologia de Bourdieu**. São Paulo: Ática, Coleção Grandes Cientistas Sociais, v. 39 1982.

BOURDIEU, P. **A distinção**: crítica social do julgamento. 1ª reimpr. – São Paulo: Edusp; Porto Alegre, RS: Zouk, 2008.

CANCLINI, N. G. **Consumidores e Cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro, editora UFRJ, 1999.

CANCLINI, N. G. **A Globalização imaginada**. São Paulo: Iluminuras, 2003.

FEATHERSTONE, M. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

GIDDENS, A. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1991.

HALL, S. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: UFMG; Brasília: Unesco, 2003.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11. Ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HARVEY, D. **Condição Pós-moderna**. São Paulo: edições Loyola, 1993.