**2a. atividade avaliativa - Responda as questões abaixo**

**1) O que é mobilidade social?**

O termo significa o deslocamento de indivíduos ou grupos entre posições socioeconômicas diferentes.

**2) Como a mobilidade social se torna um incentivo para o trabalho?**

No inicio do processo de industrialização, quando os direitos trabalhistas ainda não existiam ou eram precários, o sentimento que movia os trabalhadores era o medo da miséria e da fome que poderiam irromper caso não trabalhassem com ardor. Uma vez estabelecidos os sindicatos e, consequentemente, os direitos básicos dos trabalhadores, passou-se a impulsionar a ideia de mobilidade social como um estimulo para o trabalho.

**3) O que é a classe social e como surgiu?**

A classe social é um conceito da sociologia que se refere a divisão socioeconômica do mundo em um sistema capitalista. Há uma hierarquia entre os grupos sociais, as classes, que possuem diferentes importâncias e ocupam diferentes cargos dentro da divisão social de trabalho.

Se deu com o Renascimento Comercial que ocorreu nos primeiros séculos da Baixa Idade Média. Com o surgimento do capitalismo, a sociedade presenciou mais intensamente o fenômeno da divisão social. Isso, pois, a possibilidade de adquirir bens econômicos para subsistência e até ascensão social, houve uma competição pela busca de melhores salários e condições laborais.

**4) O que a classe social influencia na nossa vida?**

Ela trouxe vários problemas sociais como a desigualdade entre as classes com uma má distribuição de renda

**5) O que é status social? Dê exemplos.**

É a posição social em relação ao grupo, ou seja, é a posição em função dos valores sociais correntes na sociedade. Exemplos: status legal status social.

**6) O que é estereótipos? Dê exemplos.**

Associação de determinados grupos de pessoas a um único papel, ignorando a riqueza e a variedade de papéis que a pessoa desempenha. Papeis desempenhados pelo homem e pela mulher na sociedade e seus respectivos estereótipos são de grade importância no estudo do comportamento do consumidor.