
O CAMPO ARTÍSTICO E A PRODUÇÃO DOS GOSTOS CULTURAIS NAS SOCIEDADES MODERNAS¹

M^{te} BENEDITA PORTUGAL E MELO

RESUMO:

O presente artigo procura identificar os processos de recepção cultural de os públicos da "cultura erudita". Assim, serão analisadas, em primeiro lugar, e tendo em consideração os princípios teóricos de Pierre Bourdieu, as estratégias de diferenciação social realizadas por esses públicos, ao nível das suas práticas culturais. Na segunda parte do texto, analisa-se a configuração dos gostos culturais, tendo em conta a perspectiva teórica de Paul DiMaggio, chamando-se por fim, a atenção, dos factores que nos permitem compreender por que razão a relação das pessoas com a cultura, se bem que acrescida de novas categorias de recepção, continua a ser bastante distintiva.

ABSTRACT:

In this article we intend to identify the cultural reception processes of the erudit culture publics. So, in the first half of the text, and having in mind Pierre Bourdieu thoughts, we analyse the social distinction strategies produced by these publics concerning their cultural practices. On the second half of the text, we analyse the cultural tastes configuration, having in mind Paul DiMaggio's theoretical perspective. At least, we pay attention to the variables that could explain why the peoples's relation with the culture, even though increased of new categories of reception, is still enough distinctive.

1. OS CONSUMOS CULTURAIS "ERUDITOS" SEGUNDO PIERRE BOURDIEU

Neste artigo procuraremos analisar a composição social e os processos de recepção cultural de os públicos da cultura erudita chamando-se a atenção para as variáveis que poderão explicar o que os leva a consumir de um modo "distinto" e "distintivo" os produtos e os espaços artísticos.

¹ Este texto resulta das pesquisas teóricas realizadas no âmbito da dissertação de mestrado em Sociologia. Algumas das considerações aqui evidenciadas foram já expostas num artigo publicado na Revista *Sociologia Problemas e Práticas*, nº 28, Dez. 1998.

Com efeito, apesar de existirem determinados factores que têm contribuído para uma alteração no comportamento cultural das sociedades contemporâneas, a verdade é que não nos parece que as práticas pertencentes à esfera dos consumos cultivados se tenham tornado extensivas a todas as classes sociais.

Sabemos que tanto os *mass media* como as redes de sociabilidade formais e informais detêm um importante papel na socialização e aquisição de competências dos indivíduos. Estamos também conscientes da existência de outros fenómenos, que, tal como os anteriores, têm vindo a provocar alterações nos modos de fruição dos tempos livres. Pensamos concretamente no alargamento das classes médias, no desenvolvimento das tecnologias de comunicação, nas inovações introduzidas no sistema de produção artística e na expansão da escolarização.

Todavia, **se é verdade que nos deparamos com uma realidade em que os consumos culturais já não podem ser analisados** através de uma oposição *linear* entre cultivados e não-cultivados, não poderemos, no entanto, afirmar, que se realizou a **extensão cultural de uma disposição cultivada**.

De facto, encontramos-nos perante um contexto de produção e circulação cultural que faz com que os géneros culturais se repartam em inúmeras formas, o que provoca uma vivência diferenciada por parte de diferentes grupos sociais e produz efeitos distintos no público dos *mass media* e no que possui competências culturais mais elevadas.

Assim, apesar de se considerar que o investimento que hoje se faz na arte "é menos mundano, mais expressivo e inocente" (Monteiro, 1992: 80) pensamos que a relação **das pessoas com a cultura, se bem que acrescida de novas categorias de recepção, continua a ser bastante distintiva**. A própria exaltação do consumo mediante a procura da estimulação dos sentidos, da «suprema satisfação» e do «máximo encanto» nada mais é que a **constante procura da diferença, sendo o próprio processo de globalização a que o consumo foi sujeito sinónimo da reprodução, reestruturação e sobredeterminação dessa mesma diferença** (Melo, 1992:161).

O prestígio social parece ser, assim, a grande motivação para a aquisição de obras de arte, na medida em que a posse de uma obra rara ou o acesso a um artista «difícil» deslocam o sujeito para uma esfera em que o capital económico não basta e lhe permitem rentabilizá-la socialmente através de contactos estabelecidos com a elite artística. Mais do que isso, as motivações psicológicas que determinam o sujeito a consumir obras de arte são acompanhadas pelo desejo e prazer da posse, pelo fascínio da acumulação ou do convívio directo com os bens culturais.

Não nos parece, portanto, que as obras de arte tenham perdido a capacidade de impor uma "intensidade intelectual ou emocional de excepção" (Melo, 1995: 86) por verem alargado o seu circuito de distribuição e exposição. Pelo contrário, parece-nos antes que o grande público, ao consagrar essas obras, se limita a reconhecer o que é defendido por uma minoria, salientando o carácter único dos bens da cultura cultivada. Trata-se, portanto, de reconhecermos apenas que o consumo de bens da cultura cultivada continua, apesar de tudo, a constituir um meio de polarização social e que a sua marca simbólica continua a ser determinante nas situações da experiência estética.

Assim sendo, parece-nos necessário (re)conceptualizarmos princípios teóricos que, apesar de aparentemente esgotados, continuam a ser preciosos instrumentos de análise para a reflexão de fenómenos sociais como os que aqui pretendemos estudar.

Deste modo, não concordamos com perspectivas que defendem que nas sociedades actuais se caminha para uma total fragmentação das classes e que no mundo de hoje se avança para uma espécie de palco gigante onde, no limite, apenas detectamos diferenças individuais e que as sociedades capitalistas estão, a coberto da sigla "pós-modernidade", a despir-se das suas principais estruturas (Estanque, 1994:358).

Gostaríamos, então, de sublinhar a importância de alguns elementos, exemplarmente identificados por Pierre Bourdieu, que condicionam o comportamento cultural dos indivíduos. Referimo-nos ao papel da *"estrutura social"* em geral e do *habitus* em particular, que, aliados à própria capacidade criadora do sujeito, são responsáveis pelo facto de determinados grupos sociais possuírem recursos perceptivos "elevados" que os leva a consumir produtos distintos e distintivos e de outros não o possuírem nem o fazerem.

Na verdade, de acordo com este autor, se a estrutura social "reflete" a desigualdade hierárquica, em termos de classificação social, económica e cultural atribuída às classes sociais, o *habitus* revela a interiorização das suas condições objectivas, interiorização esta que vai fazer com que os indivíduos engendrem as suas percepções, acções e gostos culturais mediante a sua condição de classe (Bourdieu, 1980:58).

Esta interiorização não só se aplica à interiorização das normas e dos valores, como inclui, também, os sistemas de classificação que preexistem às representações sociais. É por isso que o próprio Bourdieu afirma que a escolha estética é orientada e determinada pela "objectividade interiorizada", isto é, por um gosto que pressupõe certos "esquemas generativos" (Bourdieu, 1980:191).

Assim sendo, é justamente através do *habitus* que se realiza aquilo que Bourdieu denominou de operação "quase mágica": a que advém do encontro entre um gosto já objectivado e as disposições que apenas existem em estado prático. O gosto ou os gostos são, então, o produto do encontro entre duas histórias, uma no estado objectivado, outra no estado incorporado, isto é, "são o produto de um encontro entre o gosto objectivado do artista e o gosto incorporado do consumidor" (Bourdieu, 1980:163).

O conceito de *habitus* e mais exactamente o de *habitus de classe*, demonstram-nos ainda que as condições de aprendizagem e de inculcação de disposições são relativamente idênticas no seio de uma mesma classe social. Neste sentido, parece ser por seu intermédio que as acções dos agentes sociais se adequam à posição ocupada na estrutura social. As acções dos agentes sociais realizar-se-ão, assim, em função dos interesses que os orientam no campo em que se movem. Com efeito, considerando que a orientação da criação dos agentes sociais se altera quando se alteram as lógicas do campo a que pertencem, Bourdieu defende que existe um paralelismo na procura dos géneros culturais e dos perfis sociais. À hierarquia socialmente reconhecida das artes corresponde a hierarquia social dos consumidores, uma vez que tanto poderemos estar perante consumidores com níveis médios de "exigência" que, por isso, consomem produtos de qualidade "média" como será possível observar que aos produtos "superiores" correspondem procuras "elevadas"². Todavia, como o que os produtores produzem depende essencialmente da posição que ocupam no espaço da produção e como o gosto dos consumidores actua essencialmente de forma negativa - por recusa do gosto dos outros -, não poderemos afirmar que existe um ajuste calculado das características da produção cultural às características dos consumidores.

Entretanto, há também que ter em conta outros factores que têm uma importância capital para que estes "efeitos" se realizem. Referimo-nos à família, à escola e à experiência social permanentemente renovada, que, nesta investigação, identificamos sobretudo com o papel das redes informais de sociabilidade. Com efeito, é mediante a aprendizagem adquirida através de instâncias como a família e a escola que se formam e inculcam modos de percepção e gostos culturais diferenciados nos agentes sociais. O capital relacional transmitido pelos amigos, por sua vez, ajuda a definir o gosto por um determinado bem cultural ou por uma determinada obra de arte.

² Aliás, o modelo homológico proposto por Bourdieu prevê um encontro quase inevitável entre a posição do artista no interior do campo da produção e a posição do seu público no campo das classes, uma vez que uns e outros possuem as mesmas propriedades estruturais.

Enfim, os sistemas de classificação (os gostos) parecem ser engendrados pelas condições sociais, ou seja, pelas competências que os agentes sociais adquirem ao longo do seu processo de socialização. Neste sentido, a leitura de um bem cultural socialmente definido como sendo uma obra de arte requer um código específico e é em função da posse desse código, transmitido ou não pela família e pela escola, que os sujeitos vão consumir ou não aquele bem cultural.

Por outro lado, também o conceito de *capital* (escolar, cultural, económico, social e simbólico) é decisivo para percebermos como Pierre Bourdieu operacionaliza a hierarquização das classes sociais. Como nos diz o próprio Bourdieu, "o volume e a estrutura do capital, definido, por sua vez, na sincronia e na diacronia, constituem o princípio da divisão das práticas e das preferências culturais" (Bourdieu, 1979:301). Dispondo de diferentes capitais, os indivíduos agirão segundo o seu *habitus* de classes - esta é portanto, a "máxima" que nos permite identificar diferentes grupos de indivíduos em função da sua origem social. Uma vez que as sociedades são estruturadas pela distribuição diferencial de capital, o que os agentes sociais tendem a fazer é a maximizar esse capital a partir das suas posições nos diferentes campos em que desenvolvem a sua actividade social.

Neste sentido, deverá ser em função da estrutura de posições dos agentes que poderemos compreender as disposições incorporadas nos mesmos (*habitus*), isto é, a sua matriz de selecção, classificação e apreciação das realidades circunscritas no espaço demarcado pelo campo.

Estas ideias, aliadas ao facto do gosto ser um elemento que reproduz as relações de poder que se encontram objectivadas socialmente, ajudam-nos a perceber as razões que motivam os agentes a acumularem determinados tipos de capital e a usufruírem de bens económicos ou culturais que legitimam as suas posições de classe (Bourdieu, 1985:66). Diferentes conjuntos coerentes de preferências encontram o seu princípio nos sistemas de disposições distintas e distintivas que são definidas pela relação que os une às suas condições sociais de produção. Por outras palavras, a estrutura segundo a qual organizam os seus diferentes estilos de vida corresponde à estrutura dos espaços dos estilos de vida tal como é estabelecida pela estrutura das posições de classe. Como sintetiza Bourdieu, as disposições éticas e estéticas que se manifestam principalmente na relação com a cultura legítima e nas nuances da arte do viver quotidiano separam os indivíduos que têm mais ou menos capital cultural.

Poderemos então afirmar que as formas dos indivíduos se relacionarem com as obras culturais estão estreitamente ligadas às posições de classe existentes no espaço social e é em função das posições sociais ocupadas (determinadas pelo volume capital económico e cultural detido) que os

sujeitos consomem ou não os bens simbólicos distribuídos no mercado. A homologia existente entre o campo de produção artística e o da recepção cultural, ganha por, conseguinte, toda a pertinência. Parece, com efeito, ser esta homologia que proporciona estratégias de distinção em relação a outras classes contribuindo para a distinção dos grupos sociais e, consequentemente, dos gostos culturais. Nesta ordem de ideias, a cultura e o consumo traduzem-se em instrumentos que veiculam a linguagem da autoridade legítima (Bourdieu, 1980:96), já que são os oriundos das classes favorecidas que detêm um capital e uma competência cultural que lhes permite imporem os seus arbitrários culturais.

Na realidade, se as posições a partir das quais os sujeitos partem para interagir são posições hierarquizadas, as práticas culturais traduzem subjectivamente essa desigualdade. Uma vez que é a desigual posse de capitais que determina as posições dos indivíduos, os «gostos culturais» são orientados em função dessas posições. Poder-se-á assim concluir que o "gosto" é articulado pelo *habitus*, ou seja, que é condicionado pelo capital escolar e sócio-económico que os agentes sociais detêm. Por se verificarem condições estruturais de existência que criam determinadas disposições, sistemas de classificação e gostos e por também se observarem múltiplas condições sociais, os indivíduos recorrem a mecanismos de simbolização, sem disso terem consciência, para definirem os seus modos de vida.

Estes mecanismos serão os responsáveis pelas distinções culturais que se processam no quotidiano social. Nesta ordem de ideias, poder-se-á afirmar que as diferenças de «gostos» e de competências culturais têm que ser analisadas em termos destes mecanismos simbólicos, que, por sua vez, são accionados em função do «nível cultural» dos agentes sociais e das suas trajectórias sócio-culturais. A estruturação das práticas de lazer, muito particularmente daquelas que estão ligadas ao mundo da cultura erudita, parece, em suma, ser essencialmente realizada em função das hierarquias sócio-culturais que existem na nossa sociedade.

2. O CONTRIBUTO TEÓRICO DE PAUL DIMAGGIO PARA A ANÁLISE DOS GOSTOS CULTURAIS

Paul DiMaggio é outro dos sociólogos contemporâneos que tem vindo a analisar o consumo de arte nos nossos dias, apresentando uma perspectiva que associa a produção do gosto cultural às práticas de interacção social que os sujeitos estabelecem entre si no dia-a-dia.

De acordo com este autor, as artes (sejam elas «elevadas», «médias» ou «populares»), ocupam, nas sociedades actuais, um lugar privilegiado nas conversas do dia-a-dia, uma vez que os mass media fornecem a todos os indivíduos um conjunto de símbolos comuns. Ao fazerem-no, possibilitam

que as novas formas culturais sejam facilmente transmitidas não só para além das classes sociais como para além dos limites geográficos tradicionais (DiMaggio, 1987:444).

Assim, o gosto cultural terá que ser entendido como uma forma de classificação ritual e um meio de construção de relações sociais, já que, no entender de DiMaggio, à medida que a divisão do trabalho e o número de contactos humanos aumentam, a importância dos gostos (produtos ou símbolos) torna-se crescente. O gosto ajudará, portanto, a estabelecer uma rede de relações de confiança que facilita a consolidação dos grupos e a obtenção de recompensas sociais. Nesta ordem de ideias, o consumo da arte é analisado como matéria de diálogo e como um elemento que facilita o convívio necessário para as relações de circunstância se tornarem relações de amizade.

No entanto, os gostos artísticos e os seus usos sociais, podem tanto ser usados como uma ponte ou, pelo contrário, como um muro (DiMaggio, 1987:443) no sentido em que, enquanto um determinado tipo de consumo cultural, nomeadamente o da televisão, fornece um mínimo denominador comum para uma conversa, modelos culturais não tão divulgados (como a ópera ou a arte minimalista) apenas são passíveis de serem utilizados como rituais de maior densidade. Como as conversações sobre estes tópicos culturais unem os parceiros que estabelecem um diálogo recíproco, os «estranhos» são logo identificados pois são aqueles que não dominam aqueles códigos. Com efeito, os grupos sociais utilizam formas culturais distintivas para se definirem a eles próprios, reconhecerem os seus membros e identificarem os forasteiros.

Analisar o gosto cultural como uma identidade que facilita a interacção social, possibilita, então, de acordo com a análise de este autor, afirmar que os gostos de alta cultura ajudam ao desenvolvimento de relações entre pessoas de elevado estatuto e que a posse de capital cultural está relacionada com os resultados positivos obtidos num processo de conquista de estatuto³.

Para DiMaggio, os indivíduos que possuem bastantes contactos sociais desenvolvem gostos por uma grande variedade de formas culturais, sendo que a sua participação cultural varia consoante os níveis de informação cultural que vão possuindo durante a sua vida - diz-nos o autor que o gosto, enquanto símbolo de pertença a um grupo, será tanto mais acentuado quanto maior forem os contactos sociais de um indivíduo com estrangeiros,

³ Refira-se, a este propósito, que alguns trabalhos empíricos têm evidenciado a relação existente entre a posse de um elevado nível de ensino e a familiaridade com a cultura cultivada, isto é, entre o gosto pela «alta cultura» e o sucesso académico.

sendo quase irrelevantes os contactos sociais por este realizados com praticantes íntimos.

Ainda assim, e apesar de estabelecer uma forte relação entre as redes de interacção e os níveis culturais dos indivíduos, DiMaggio reconhece que os gostos unem menos do que se poderia pensar. A mudança sócio-cultural operada nas sociedades modernas é, em seu entender, decisiva para justificar este fenómeno. A expansão do alcance social (os avanços tecnológicos nas comunicações, a nacionalização das elites e o desenvolvimento da mobilidade física) alteraram a natureza do estatuto social. Por isso, em vez de residirem em grupos de estatutos altamente delimitados, a maior parte dos estatutos culturais encontram-se localizados em redes difusas, cuja pertença deriva menos do local de residência ou das relações familiares do que da habilidade em manipular os símbolos sociais (DiMaggio, 1987:445). Deste modo, para se ser um membro de sucesso na classe média é necessária alguma perícia na utilização das culturas dos estatutos privilegiados. Os indivíduos que o fazem são os que detêm uns reportórios de gosto mais amplos. Todavia - e esta afirmação é central na análise deste autor - estes reportórios apenas são desenvolvidos de um modo bastante selectivo, em diferentes interacções e diferentes contextos. Nesta ordem de ideias, os papéis sociais substituem as pessoas, passando a ser os alicerces do estatuto cultural.

Os diferentes gostos e predisposições culturais dependem, portanto, dos papéis sociais que os actores sociais desempenham. De resto, onde os papéis sociais são altamente complexos, "a variação nos gostos pode ocorrer muito mais no próprio indivíduo que desempenha vários papéis, do que entre vários indivíduos que desempenham poucos papéis" (DiMaggio, 1987,445).

Por isso mesmo, DiMaggio afirma que os agentes sociais preocupam-se sobretudo em conhecer e relacionar obras de arte para andarem actualizados e possuem motivos de interesse que lhes permitam ampliar a sua rede social (DiMaggio, 1987:447). O recurso ao saber cultural é, actualmente, aquilo que lhes permite realizar a distinção entre conhecedores e não conhecedores e filtrar os agentes «indesejáveis» da rede de contactos estabelecida.

Todavia, o autor também reconhece que as artes "elevadas" possuem um estatuto próprio que faz, inclusivamente, com que sejam consagradas pelo sistema escolar, justificando o facto do consumo da alta cultura se encontrar associado a um elevado estatuto social.

Deste modo, apesar de defender a ideia segundo a qual os gostos e predisposições culturais dependem dos papéis sociais que os indivíduos

desempenham, DiMaggio não deixa de admitir que, para se aceder à cultura cultivada, a escolaridade e a profissão de um indivíduo são mais determinantes do que o rendimento, uma vez que os recursos culturais adquiridos na escola e no emprego podem substituir as elites e as relações de vizinhança nos intentos de mobilidade social.

Com efeito, o autor admite que um acesso alargado a uma educação elevada aumenta o alcance para o qual os indivíduos são treinados nos sistemas de classificação artísticos e aumenta a facilidade com a qual os actores sociais se apropriam dos novos géneros artísticos. Desta forma, a expansão educacional aumenta o número dos potenciais empreendedores culturais, mobiliza gostos e disponibiliza artistas.

O acesso às novas tecnologias da informação e a posse de um grau de instrução elevado, parecem ser, com efeito, segundo DiMaggio, os principais elementos que permitem aos indivíduos estabelecerem muitos contactos sociais e, conseqüentemente, desenvolverem bastantes papéis sociais. Ora, já o sabemos, quanto mais papéis sociais tiverem os indivíduos mais heterogéneo será o seu consumo cultural e mais hipóteses terão de consumirem bens da cultura cultivada.

No entanto, como os sujeitos não estão preocupados em alargar a sua rede de conhecimentos indiscriminadamente, procuram os contactos que lhes dão hipóteses de subir na pirâmide da estratificação social. Todavia, se os diferentes gostos e predisposições culturais dependem dos papéis sociais que os actores sociais desempenham, dependem ainda mais do nível de instrução adquiridos pelos sujeitos. Como DiMaggio afirma, quanto mais elevados forem os níveis de escolarização dos indivíduos, mais os seus papéis sociais serão multiplicados e os seus conhecimentos culturais alargados. Um acesso alargado a uma educação elevada aumenta, por conseguinte, o alcance para o qual os indivíduos são treinados nos sistemas de classificação artísticos e aumenta a facilidade com a qual os actores sociais se apropriam dos novos géneros artísticos.

Nesta ordem de ideias, entendemos que o nível de escolaridade é o elemento que se encontra mais associado à apetência dos sujeitos para consumirem produtos da cultura cultivada. A sua pertença social e a própria "qualidade" dos seus processos de interacção social estarão mais relacionados com o carácter contínuo das suas práticas culturais.

3. OS FACTORES SÓCIO-ESTRUTURAIS QUE INFLUENCIAM O CONSUMO

CULTURAL ERUDITO

Uma linha condutora uniu as perspectivas aqui expostas: a concepção segundo a qual a hierarquização dos consumos culturais aparece associada à própria estratificação dos bens culturais. Com efeito, este ponto de vista apresenta-se comum aos autores aqui analisados.

186

De facto, tanto para Pierre Bourdieu e Paul DiMaggio, o sistema social e muito particularmente o sistema cultural, são objecto de formas específicas de dominação mediante o exercício de práticas distintivas que reproduzem o capital simbólico. As relações sociais, marcadas pelos conflitos existentes entre as diferentes classes sociais, evidenciam, assim, uma ostentação de capital, segundo a terminologia de Bourdieu, ou, como afirma DiMaggio, papéis sociais com um elevado status.

Mais importante ainda, estes autores entendem que as práticas dos agentes sociais são essencialmente condicionadas pelos seus trajectos de aprendizagem. Em Bourdieu, os mecanismos que permitem a reprodução das relações de dominação são o habitus, o capital e o campo, e os mass-media e a escola constituem os sistemas onde melhor se poderão observar aquelas relações. A imposição de arbitrários culturais é aí bem evidente. Também para DiMaggio isto é verdade. É por observar a legitimidade de algumas práticas culturais que procura enunciar as fronteiras de classificação social que as possam distinguir.

Deste modo, Paul DiMaggio subscreve em grande parte as considerações de Bourdieu. Todavia, introduz um outro nível de análise bastante importante, isto é, o da interacção social como mecanismo produtor e reproduzidor das desigualdades culturais e contraria a ideia de Bourdieu, segundo o qual existe uma total consonância entre os níveis económicos, políticos e culturais de uma sociedade. Por outro lado, apesar de considerar a origem social como um factor determinante para a construção dos papéis e gostos culturais atribui bastante mais preponderância à variável escolaridade. O acesso às novas tecnologias da informação e a posse de um grau de instrução elevado, parecem ser, com efeito, os principais elementos que permitem aos indivíduos estabelecerem muitos contactos sociais e consequentemente desenvolverem bastantes papéis sociais. Ora, já o sabemos, quanto mais papéis sociais tiverem os indivíduos mais heterogéneo será o seu consumo cultural e mais hipóteses terão de consumirem bens da cultura cultivada.

No entanto, poderíamos pensar, por força de uma leitura apressada, que Bourdieu, para interpretar as diferenças de gosto cultural, atribui mais

importância à variável origem social do que à respeitante ao nível de instrução. Não somos, porém, dessa opinião, uma vez que, em nosso entender, Bourdieu se limita a associar o valor de uma variável ao poder explicativo da outra. Vejamos como: na sua obra *The Love of the Art* (Bourdieu, 1991; Darbel, 1991), Bourdieu conclui que as visitas aos museus aumentam significativamente consoante aumenta o nível de instrução dos visitantes e estes pertencem sobretudo às classes superiores. Por outro lado, apesar da maioria dos visitantes daquelas instituições serem jovens, a média de idades aumenta continuamente nas classes sociais mais altas, o que parece significar que o efeito da escolaridade é tanto mais durável quanto maior for o nível de instrução atingido. É claro que quanto mais tempo dura a escolaridade, maior será a competência adquirida pelo contacto prévio e directo com as obras de arte por aqueles que a isso tenham sido sujeitos. Todavia o seu verdadeiro efeito é baseado e apoiado por um ambiente cultural favorável (Bourdieu, 1991:15 e seguintes). Por conseguinte, o nível de instrução é um indicador fundamental para detectarmos o público da cultura erudita mas não poderemos esquecer que este indicador também nos mostra a ocupação profissional dos indivíduos.

Com efeito, a profissão que um sujeito detém está em grande parte dependente do seu grau de escolaridade e é por isso que Bourdieu afirma que fortes variações da prática cultural e preferências artísticas têm sido detectadas entre indivíduos com o mesmo nível social e o mesmo grau de instrução estando estas de acordo com o nível cultural das suas famílias de origem (Bourdieu, 1991:20). Dissociar estas duas variáveis não parece, por isso, fazer muito sentido.

Ainda assim, Bourdieu chama a atenção para o facto da instrução ter uma "influência específica e determinante que não pode ser simplesmente construída por se pertencer às classes sociais mais altas" (Bourdieu, 1991:18). A este respeito é bem elucidativo o facto dos professores e especialistas de arte serem os membros de categorias sócio-económicas que frequentam museus. Deste modo, o nível de instrução parece ser o elemento preponderante na análise das variações das apetências pela arte. No entanto, o autor recupera a importância da origem social ao afirmar que a "existência entre uma relação tão forte entre o nível de instrução e a prática cultural não deve esconder o facto de que a acção educacional do sistema educativo tradicional apenas pode ser totalmente efectiva se for exercitada em indivíduos com famílias já ligadas ao mundo da arte (Bourdieu, 1991:27). Em suma, a proporção daqueles que receberam cedo uma iniciação cultural aumenta com o nível de instrução e os seus efeitos fazem-se notar com o treino adquirido via família e escola. O facto de ter sido detectado um mesmo perfil nos públicos da cultura de países como a Holanda, a Bélgica ou a Polónia, para além da França, reforça estas conclusões.

Por sua vez, Paul DiMaggio chama a atenção para o facto dos agentes sociais se preocuparem agora em conhecer e relacionar obras de arte para andarem actualizados e possuírem motivos de interesse que lhes permitam ampliar a sua rede social (DiMaggio, 1987:447). O recurso ao saber cultural é, actualmente, aquilo que lhes permite realizar a distinção entre conhecedores e não conhecedores e filtrar os agentes «indesejáveis» da rede de contactos estabelecida.

No entanto, como os sujeitos não estão preocupados em alargar a sua rede de conhecimentos indiscriminadamente, procuram os contactos que lhes dão hipóteses de subir na pirâmide da estratificação social. Todavia, se os diferentes gostos e predisposições culturais dependem dos papéis sociais que os actores sociais desempenham, dependem ainda mais do nível de instrução adquiridos pelos sujeitos. Como DiMaggio afirma, quanto mais elevados forem os níveis de escolarização dos indivíduos, mais os seus papéis sociais serão multiplicados e os seus conhecimentos culturais alargados. Um acesso alargado a uma educação elevada aumenta, por conseguinte, o alcance para o qual os indivíduos são treinados nos sistemas de classificação artísticos e aumenta a facilidade com a qual os actores sociais se apropriam dos novos géneros artísticos.

Sabendo que o nível de escolaridade de um indivíduo se encontra associado à sua origem social, entendemos, em suma, que é o nível de escolaridade o elemento que se encontra associado à apetência dos sujeitos para consumirem produtos da cultura cultivada. A sua pertença social estará mais directamente relacionada com o carácter contínuo das suas práticas culturais. E se estas proposições teóricas não trazem nada de novo, pelo menos contribuirão, assim o esperamos, tanto para contrariar a ideia de que o acaso é a regra pela qual os praticantes da cultura erudita se seguem como para questionar a crença na «circularidade determinística» a que alguns autores aludem.

Em síntese, o que estas análises vêm comprovar é o facto da procura e da recepção cultural bem como dos julgamentos de gosto serem fenómenos socialmente condicionados. Por isso mesmo, somos da opinião que os factores estruturados e estruturantes das práticas culturais serão aqueles a que vale a pena continuarmos atentos na realização de pesquisas sobre os consumos culturais nas sociedades contemporâneas.

BIBLIOGRAFIA

- BOURDIEU, Pierre. *La Distinction: critique social du jugement*, Paris, Éditions de Minuit, 1979.
- BOURDIEU, Pierre. *O Poder Simbólico*, Lisboa, Difel, 1985.
- BOURDIEU, Pierre. *Questions de Sociologie*, Paris, Éditions de Minuit, 1980.
- BOURDIEU, Pierre, DARBEL, Alan, *The Love of Art, european art museums and their public*, Cambridge, Polity Press, 1991.
- DIMAGGIO, Paul, "Classification in Art" in *American Sociological Review*, vol.52, 1987.
- ESTANQUE, Elísio. "Trabalho, Lazer e Classes Sociais" in AAVV. *Dinâmicas Culturais, Cidadania e Desenvolvimento Local*, Lisboa, Associação Portuguesa de Sociologia, 1994.
- MELO, Alexandre. "Entre o Global e o Local", in Alexandre Melo (coord.), *Arte e Dinheiro*, Lisboa, Assírio e Alvim, 1992.
- MELO, Alexandre. "Arte e Mercadoria" in Maria de Lurdes Lima dos Santos (coord.), *Cultura e Economia*, Lisboa, Edições do Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa, Estudos e Investigações, nº4, 1995.
- MONTEIRO, Paulo. "Públicos das Artes ou Artes Públicas?" in Idalina Conde (coord.), *Percepção Estética e Públicos da Cultura*, Lisboa, ACARTE, 1992.