

A ANGÚSTIA DE UM SOCIÓLOGO PERANTE O GOSTO

Augusto Santos Silva

Faculdade de Economia da Universidade do Porto, Instituto de Sociologia da Universidade do Porto, Porto, Portugal

Resumo: “Os gostos discutem-se”: eis uma frase corrente entre sociólogos, que assim se distinguem de muitos dos seus colegas economistas. Os gostos não são “dados”, mas complexas estruturas de percepção, avaliação e classificação, cujas condições sociais de produção e expressão devem ser estudadas. Mas como estudar sociologicamente, em particular, o “gosto cultural”? O artigo considera as grandes respostas teóricas a esta questão, com destaque para as de Adorno e Bourdieu. E sugere que é preciso ir além delas, em diálogo, mais do que em conflito, com a filosofia, a estética e a literatura.

Palavras-chave: gosto cultural, estética, sentido.

The sociologist’s anxiety regarding taste

Abstract: “Tastes must be discussed”: this is a common saying amongst sociologists, setting them apart from many of their economist colleagues. Tastes are not “given”, but complex structures of perception, evaluation and classification, whose social conditions of production and expression must be studied. But how, specifically, can “cultural taste” be studied sociologically? This article examines the major theoretical responses to this question, with particular emphasis on those of Adorno and Bourdieu. It suggests the need to go beyond them, engaging in dialogue — rather than conflict — with philosophy, aesthetics and literature.

Keywords: cultural taste, aesthetics, meaning.

L’angoisse d’un sociologue face au goût

Résumé: “On discute les goûts”: voilà une expression courante chez les sociologues, qui se distinguent ainsi de la majorité de leurs collègues économistes. Les goûts ne sont pas des “données”, mais des structures complexes de perception, évaluation et classification, dont les conditions sociales de production et d’expression doivent être étudiées. Mais comment étudier sociologiquement, en particulier, le “goût culturel”? Cet article examine les grandes réponses théoriques apportées à cette question, notamment celles d’Adorno et de Bourdieu. Il suggère qu’il faut aller au-delà de ces réponses, en dialoguant — plutôt qu’en entrant en conflit — avec la philosophie, l’esthétique et la littérature.

Mots-clés: goût culturel, esthétique, sens.

La angustia de un sociólogo ante el gusto

Resumen “Los gustos se debaten”: he aquí una frase habitual entre los sociólogos, que así se distinguen de muchos de sus colegas economistas. Los gustos no son “dados”, sino estructuras complejas de percepción, valoración y clasificación, cuyas condiciones sociales de producción y expresión deben estudiarse. Pero, ¿cómo estudiar sociológicamente, en particular, el “gusto cultural”? El artículo analiza las principales respuestas teóricas a esta cuestión, destacando las de Adorno y Bourdieu. Y sugiere que es necesario ir más allá de ellas, en diálogo — más que en conflicto — con la filosofía, la estética y la literatura.

Palabras-clave: gusto cultural, estética, sentido.

A complexidade do gosto

Os sociólogos criticaram longamente um dos pressupostos fundamentais da teoria microeconómica, segundo o qual se podia ignorar o “gosto” na análise das decisões de consumo, tomando-o como “dado”, isto é, exógeno aos exercícios de racionalidade nestas contidos, tais como a maximização da utilidade obtida ou a comparação de preços.¹ Juntavam-se assim à contestação daqueles economistas que procuravam vias alternativas para entender o comportamento dos consumidores, também em função do que determinava e distinguia, cultural ou socialmente, as suas preferências (Hirschmann, 1986: 89-110).

Mas que coisa é essa que a filosofia de raiz kantiana definiria como a “faculdade de julgar” as coisas e os atos por virtude da sua proximidade ao “belo”, ao que suscita ideias e sensações de prazer, deleite, satisfação, por aí diversa, embora vizinha, das faculdades de julgar eticamente, de discernir ou conhecer? Na medida em que as escolhas, individuais ou grupais, derivem do contraste entre valores e envolvam ponderação de custos de oportunidade, o modo como elas se constituem, manifestam e justificam não pode deixar de merecer a atenção de quem quer que se interesse pela ação humana, seja do lado dos produtores, dos consumidores ou dos respetivos intermediários. E, como as escolhas vão assumindo um certo grau de consistência e perdurabilidade, gerando atitudes e comportamentos que, embora situados em diferentes contextos de espaço e tempo e relativos a diversos objetos, são minimamente coerentes entre si, a atenção do ou da cientista social deve focar-se sobre o caráter *estruturado* das escolhas, como um todo formado por elementos interligados, e *estruturante*, generativo e performativo, isto é, criador de símbolos e de factos.

Estas estruturas cognitivas e judicativas, presentes nas decisões as mais banais, não são geradas no vazio. Elas dependem das condições ambientes — o tempo histórico, a cultura material e imaterial, a organização económica, as hierarquias sociais...; dependem também do modo como a influência de tais condições é mediada pelos atributos e dinâmicas próprias dos múltiplos setores ou campos (no sentido de Pierre Bourdieu) da vida social; e dependem, ainda, da ação concreta de cada sujeito e da interação de sujeitos, dos seus motivos, propósitos e estratégias.

Por outro lado, as estruturas de que falamos não são necessariamente conscientes, quer dizer, explicitamente assumidas, refletidas e enunciadas. A sua mobilização faz-se, muitas vezes, de maneira semiconsciente, ou mesmo inconscientemente: não sendo redutíveis ao puro instinto, encontram-se, todavia, *aquém* do plano da racionalidade formal expressa numa linguagem lógica que a modelização microeconómica dá, com demasiada frequência, por garantida; são da ordem da “lógica prática”, do “sentido prático”, do “conhecimento tácito”, da “consciência prática”, expressões com que sociólogos tão relevantes como Pierre Bourdieu (1980) ou Anthony Giddens (1984) as procuraram caracterizar.

1 O texto desenvolve a intervenção no VI Encontro Internacional da Rede Todas as Artes | Todos os Nomes (Porto, 13 de julho de 2026), o qual apresentava o propósito de “refletir sobre o lugar da cultura popular e das estéticas do ‘mau gosto’ nas culturas contemporâneas”.

Na medida em que lidam, em muitos aspetos do seu quotidiano ou em ritos fundamentais do ciclo de vida, com questões do prazer, da beleza e do conforto (“isto dá-me gozo ou causa aflição, é bonito ou é feio, sinto-me bem ou incómodo?”), todas as mulheres e todos os homens recorrem a juízos estéticos; mas só poucos *fazem estética*, referindo-se à disciplina específica que tematiza o valor da arte e exprimindo-se na sua linguagem. São raras as ocasiões em que os sujeitos suspendem o curso rotineiro das escolhas para sobre elas discorrerem verbalmente; predominam as categorias incorporadas (isso mesmo: tornadas corpo) e os hábitos estabelecidos ao longo dos processos de socialização a que estão submetidos desde a primeira infância.

Porque falamos, então, de “gosto”? É que, na mais banal situação de interação do Eu com qualquer Outro, estão presentes estruturas de conhecimento e apreciação; a elas recorre cada pessoa, ativando-as em concreto comportamento: no lugar que se atribui numa sala, na maneira como se senta e coloca as mãos, no tom em que se exprime, na distância que preserva face a eventuais interlocutores, etc. Os elementos constitutivos são (i) valores, enquanto posicionamentos ético-normativos gerais (a liberdade, a solidariedade, a comunidade, e por aí adiante); são (ii) princípios de identidade e identificação (“eu sou este, aqueles são nossos ou outros...”); são (iii) operadores de informação, conhecimento e interpretação, categorias lógicas e morais de percepção, apreensão e visão do mundo; são (iv) princípios de avaliação, classificação e divisão dos seres, das coisas e dos factos; são (v) guias e orientações, propensões para agir, caris de conduta. Ao sistema que compõem chamou Pierre Bourdieu, aprofundando Max Weber, *habitus*, insistindo que o trabalho propriamente sociológico deveria ser articular este “sistema de disposições”, de um lado, à estrutura social que de algum modo incorpora, e, do outro, às práticas sociais que, segundo as regras próprias de cada campo e na exploração do espaço de possíveis nele contido, os agentes desenvolvem. Esta teorização “disposicional” (Bourdieu, 1994) seria uma alternativa segura ao intencionalismo que ignora ou despreza tudo o que não se apresente imediatamente como motivação e cálculo; e tem claras afinidades conceptuais com o que os historiadores designam como “mentalidade” ou, de par com outros cientistas sociais, como “maneiras de ser e agir” ou “artes de fazer”.

Independentemente do que se possa — e deva — dizer sobre o risco de uma aplicação mecanicista, ela é um bom ponto de partida para compreender a noção de “gosto”. Este referir-se-á especificamente às disposições dos seres humanos para qualificar, apreciar, avaliar a si próprios e ao mundo ambiente segundo critérios de índole mais formal do que prática, isto é, mais estética do que normativa, e às categorias e esquemas de classificação que então usam. “Gostar” exprime e justifica uma preferência, ordenando as coisas e justificando as escolhas de acordo com oposições e graduações em torno de atenção/indiferença, interesse/desinteresse, proximidade/distância, compreensão/estranhamento, prazer/desprazer, beleza/fealdade, elevação/baixeza, elegância/grosseria, urbanidade/rusticidade, familiaridade/barbarismo e por aí adiante.

O que significa que, como outros elementos do *habitus*, o “gosto” está correntemente do lado da experiência vivida, comportando um conjunto de operadores

práticos que distinguem e hierarquizam; e, ao mesmo tempo, integra já uma dimensão de reflexão e explicitação discursiva sobre o que são e o que valem tais operadores e preferências. O gosto é, portanto, efetiva ou virtualmente, *também um dito e uma maneira de dizer*: o que se verbaliza e representa, em situações que requerem, à pessoa ou ao grupo, uma formulação ainda que mínima, e em certos termos, da lógica ou razão de ser das respectivas preferências e escolhas. Tal situação é, muitas vezes, a conversa mais banal, os indivíduos em relação questionando-se e respondendo uns aos outros porque privilegiam a pintura histórica à natureza morta, o fogo de artifício à feira de artesanato, o estádio ao ar livre à sala de espetáculos (ou Mahler a Schubert...); outras, é o quadro institucional em que se encontram que os leva, ou mesmo obriga, a esse módico de racionalização (na escola, na igreja, no museu, no registo civil...). Mas pode ser, e efetivamente é com bastante frequência, a própria situação de inquérito científico-social que induz ou demanda essa enunciação discursiva e, por conseguinte, alguma reflexividade adicional: quando certa pergunta do questionário sonda diretamente sobre o gosto e razões do interrogado, ou o mesmo faz, de forma geralmente mais oblíqua, a investigadora em observação direta, mesmo que não participante, ou o entrevistador que apela à narração retrospectiva de episódios biográficos.

De um ponto de vista sociológico, portanto, o gosto não deve ser remetido apenas para o plano das disposições inconscientes ou semiconscientes, para essa “lógica prática” ativada por agentes sociais nunca totalmente cientes do que fazem (porque nunca capazes de apreender inteiramente o seu significado e alcance) — e que só a análise técnica e a interpretação teórica dos resultados de pesquisa poderia reconstituir como “sistema”, estabelecendo as conexões e correspondências multifatoriais entre atos e apreciações reportados ou observados. Não: o gosto é certamente um conjunto estruturado de disposições e operadores de apreciação e diferenciação, que “atuam” praticamente; mas é também a *representação* desse conjunto (auto ou heterorrepresentação) e a *linguagem* em que se exprime e, portanto, se molda.

A complexidade adicional do gosto cultural

Chegámos assim a um ponto bem distante das considerações de senso comum (infelizmente absorvidas sem exame por certos modelos microeconómicos) que remetem o gosto para a natureza de uma simples dicotomia (“gosta-se ou não”), cujos fundamentos, motivos e razões de ser não mereceriam escrutínio (“os gostos não se discutem”), mas apenas a assunção como dados. De facto, o gosto resulta de um processo bastante complexo, que poderia ser descrito ao modo de uma quadrangulação: entram nele (i) as rotinas práticas dos atores sociais; (ii) as representações verbais que estes elaboram em múltiplos contextos; (iii) os discursos dos especialistas em matérias de arte, qualidade e estatuto (a que, muitas vezes, se reportam também, designadamente quanto aos termos linguísticos e simbólicos empregues, aquelas representações); e (iv) as classificações desse grupo particular de especialistas que são os analistas estatísticos e os cientistas sociais.

Ora, havendo diversos tipos de gosto — em matéria de alimentação, vestuário e adorno, de configuração e apresentação corporal, de desporto e lazer, de padrões de comportamento, etc. — a complexidade aumenta quando se procura isolar *gostos propriamente culturais* (“propriamente”, porque é claro que o gosto cultural está presente em todos os outros, as inclinações gastronómicas dependendo fortemente, por exemplo, de costumes nacionais; mas agora trata-se de circunscrever a atenção ao universo específico dos bens, tangíveis e intangíveis, dos serviços e das práticas em cada momento socialmente reconhecidos, ou em reconhecimento, como artísticos e culturais).

Em que consiste essa complexidade adicional?

Em primeiro lugar, o elemento de autorreferencialidade inerente à consideração das coisas como belas, bonitas ou agradáveis, prazerosas, como sugestivamente se diz na variante brasileira da língua portuguesa, dificulta a elaboração discursiva em torno do juízo contido numa qualquer preferência: a justificação fica frequentemente aquém de qualquer estágio de racionalização, segundo fórmulas do tipo “é belo porque é belo”, “gosto porque gosto”. À medida em que, no bem artístico, o valor relativo da “forma” tende a crescer face ao do “conteúdo”, isto é, quando se caminha na direção do que o século XIX chamaria “arte pura”, a dificuldade vai crescendo, porque se vai tornando mais hermética a linguagem disponível para a expressão tida por legítima das razões do gosto — e os membros dos grupos populares (como camponeses, operários ou pequenos burgueses tradicionais) vão substituindo os juízos estéticos por juízos éticos e a apreciação estética pela apreciação funcionalista: as coisas são belas porque são justas, porque, por exemplo, provêm do suor e habilidade do artífice; ou, como acontece tantas vezes com o retrato fotográfico ou pictórico, e, mais recentemente, com a reportagem em vídeo, os *reels* e as *stories* digitais, são belas porque fixam boas memórias (de pessoas, batizados, casamentos, graduações, acontecimentos inesperados...). Como tão bem mostraram Richard Hoggart (1957) ou Pierre Bourdieu (1979), a “estética” popular é parte do código ético e da gramática das emoções.

Em segundo lugar, sendo o gosto uma ativação de operadores de identificação (reconhecimento), divisão, avaliação e comparação, ele procede a classificações no duplo sentido da palavra: arrumação em classes, ordenação das classes. Ora, no sistema formal de ensino, o critério principal da classificação está fixado administrativamente e a sua influência é determinante sobre o conjunto dos atores sociais: são os resultados escolares ao longo de um “tronco” ou “fileira” de escolaridade, e triunfa quem mais progredir segundo tal critério. O capital escolar tem por fundamento principal o título obtido e credenciado, e os restantes contributos são secundários, embora não inexistentes (e, em segmentos específicos altamente competitivos, podem acabar por ser decisivos, como no caso da comparação entre os graduados segundo o prestígio da universidade frequentada). A hierarquização de *status* envolve mais critérios, como a origem e o património familiar, o trajeto percorrido e a sua continuação provável, as “maneiras”, a família constituída, as redes de conhecimentos e amizades, mas a alta correlação que eles apresentam

entre si leva a que a seriação apresente grande coerência interna e seja consensualmente reconhecida (embora, mais uma vez, lutas quase homéricas se desenvolvam em aspetos particulares, designadamente entre os grupos mais próximos em recursos disputando acréscimos de poder social). Já no mundo da arte e no campo cultural, as classificações são abertamente múltiplas e assumidamente concorrentes; as lutas de classificação são um tópico fundamental (*enjeu*) dos jogos neles em curso. Os parâmetros escolhidos e os critérios seguidos definem mesmo a legitimidade das coisas e dos seres classificados: e, portanto, como tão bem mostrou Bourdieu (1979), classificar/dividir é sempre classificar/ordenar, classificar é sempre desclassificar e é sempre reclassificar. Não se trata tanto de discutir o preenchimento, pelo objeto da classificação, dos critérios de classificação quanto de discutir os próprios critérios e, portanto, o valor — sincrónico e diacrónico — da classificação. Se há área em que se verifica a pluralidade dos critérios (o “politeísmo dos valores”, na famosa expressão que Max Weber recuperou de John Stuart Mill) e, por conseguinte, a multiplicidade das classificações — ou seja, a precariedade estrutural de cada legitimação — ela é a “arte”. Designadamente, desde a “institucionalização da anomia”, associada à constituição de um campo cultural autónomo, no último terço do século XIX, e em particular no seu segmento mais erudito ou cultivado, mais vinculado ao princípio da autonomia radical da arte (“arte pura”, “arte pela arte”). A contestação ao “*nomos* académico”, isto é, ao conjunto de princípios e critérios de visão e divisão regulados, impostos e reproduzidos pelas instituições estatais ou gozando do favor estatal (escolas, academias, museus...), fez explodir a diversidade e a competição dos vários sistemas possíveis de reconhecimento e apreciação e, portanto, dos vários “gostos”; e tornou a questão da sua definição legítima (isto é, aceite), não um ponto de consenso fácil e duradouro, mas ensejo de lutas acesas, nunca inteira ou permanentemente resolvidas — de maneira que os padrões estéticos a que se referem os gostos não apenas são plurais como também são variáveis e, assim, incertos, provisórios, precários.

Tudo isto foi posto lapidarmente em evidência por Pierre Bourdieu (1992, 2016 [2013]), não havendo desculpa para ignorá-lo. Mas pede uma modulação que acrescanta complexidade, identificando o terceiro e último dos fatores que estamos procurando sintetizar. As práticas culturais são muito mais *heterogêneas* do que pressupõe qualquer modelo geral; são internamente mais ecléticas, mais compósitas, mais dissonantes que consonantes face aos padrões que a análise estatística de macrorregularidades permite descobrir. É preciso pormenorizar a investigação, estudando o que parece à primeira vista ser da ordem do marginal ou excecional e salientando as variações interindividuais e até intraindividuais — já que um mesmo ator pode combinar distintas fontes de legitimidade consoante as obras ou ocasiões (aplicando um critério à apreciação de música erudita em sala de concerto e outro à fruição de canção popular em festa urbana estival, por exemplo); e porque a diversidade dos campos culturais, das circunstâncias do consumo e das experiências de socialização induz a multiplicação dos perfis culturais — o que não põe em causa os perfis mais latos que os inquéritos de escopo nacional ou europeu vêm identificando, em geral inferiores a dez (ver a atualização proposta por Lombardo e Wolff, 2020), mas obriga à sua desagregação em

subperfis, à sua especificação por referência à pluralidade de contextos e, sobretudo, obriga à relativização das fronteiras estabelecidas entre eles e ao destacamento dos casos de interseção e sobreposição, de perfis por assim dizer mistos, ou melhor, híbridos.

Como Bernard Lahire (2004) tão bem mostrou, basta passar a uma análise estatística mais fina dos resultados dos grandes inquéritos por questionário para logo deparar com a heterogeneidade constitutiva de cada prática individual e a forte variabilidade que a marca, sincrónica e diacronicamente, assim questionando o fundamento e utilidade dos modelos demasiado formais para restituir e explicar as situações empíricas, designadamente na atualidade, em que os limites convencionais entre “níveis” e “setores” culturais são atravessados, pelo menos em certos grupos sociais e em certas atividades, com notória desenvoltura. Uma análise sociológica abrangente não pode, aliás, dispensar uma abordagem mais intensiva e qualitativa, que permita reconstituir cada perfil cultural em função das suas múltiplas determinações — a família em que se nasceu, a escola em que se andou, o bairro em que se cresceu, o círculo de amigos que se integrou, e assim sucessivamente. E, insisto, ela tem de partir de uma conceptualização que saliente a heterogeneidade de cada perfil — como, aliás, o próprio Bourdieu (2004 [2002]: 127-139, 2016 [2013]: 483-491) intuiu, quando começou a tentar desenvolver a ideia de “*habitus* clivado”, isto é, assumindo que, em tal caso, o que estruturaria como sistema um conjunto de disposições parcialmente contraditórias, devidas a influências distintas mas convergentes, seria a própria tensão entre contrários.

Relativizar, restituir

Aquele ou aquela que procura explorar as virtualidades da análise sociológica para considerar os gostos culturais parece, pois, encontrar-se numa posição desconfortável. Eles existem, realmente existem; porém, mais como *o dito sobre o que existe* do que propriamente como o que existe. Em matéria de gosto, impossível ficar nu; o corpo que somos, quando oferecido aos outros e reflexivamente a nós próprios, vem vestido e enfeitado de símbolos e palavras, como representação e discurso, mesmo que hesitante ou fragmentário — o que significa que depende crucialmente da linguagem que nos seja familiar (ou minimamente acessível), da sua gramática (léxico, semântica, sintaxe) assim como dos contextos e condições em que ocorra a enunciação. Que estão, por sua vez, marcados por lutas de definição e classificação em torno do que é legítimo e ilegítimo, do que é conforme e disforme, do que é apropriado e inadequado (com muitos graus intermédios entre esses polos). Lutas particularmente intensas quando o que está em jogo são os próprios modos e formas de classificação, lutas que impactam (claro que obliquamente) sobre todos os grupos, ainda que alheios aos campos artísticos e institucionais que as estruturam.

O gosto, quer enquanto *coisa prática* de pessoas comuns — as quais, qualquer que seja o capital cultural, sempre quotidianamente percecionam, apreciam, diferenciam, ordenam, preferem — quer redobrado e carrilado pelo discurso erudito da estética filosófica ou da crítica de arte, é teimosamente resistente à análise social.

No primeiro caso, em virtude da natureza tantas vezes semiconsciente — um gosto que não chega a racionalizar-se, uma linguagem tosca, distorcida, equívoca. No outro, porque a análise objetivante lhe parece ilegitimamente minorizar e mesmo invadir a esfera do conhecimento e da sensibilidade propriamente artística.

Ora, como se estas dificuldades não bastassem, ainda deve o nosso sociólogo constatar que as vias mais expeditas para reconstruir analiticamente a relação entre os diversos grupos sociais (não importa a escala: uma população nacional inteira ou um dado grupo etário, o público de um gênero musical ou certas classes socioprofissionais) e os operadores e disposições lógico-práticas que tais grupos mobilizam como gosto — ou seja, os modelos estatísticos fundados sobre informação recolhida maciça e estandardizadamente em grandes questionários extensivos — manifestam insuficiências de conceptualização, metodologia e adequação empírica que os limitam. São bons, se não mesmo indispensáveis, instrumentos de uma *primeira* leitura da complexa realidade das coisas; mas, para serem heurística e hermenêuticamente capazes, requerem desenvolvimentos analíticos e metódicos mais demorados, menos generalizantes, mais atentos à variedade dos contextos e à densidade de cada prática.

Que há de então fazer esse tal sociólogo?

Certamente, recorrer a dois procedimentos que a disciplina já construiu e testou devidamente; chamemos-lhes, para simplificar, *relativizar* e *restituir*.

A ciência social não lida nem com o transcendente nem com o essencial. Não aceita colocar nenhum dos factos que considera “fora”, “além” da história e da sua contingência, porque todos são situados; e cada um deles tem a sua textura, uma consistência própria, que não pode ser reduzida à simples concretização particular de uma forma geral e permanente. A operação lógica matricial do conhecimento sociológico (ou de qualquer outra disciplina do universo das ciências sociais) é pôr em relação: em relação as coisas umas com as outras, em relação as coisas com as plurais circunstâncias de tempo e espaço. De ambos os modos, bons herdeiros de Michel de Montaigne, relativizamos. O que significa que, confrontados com expressões como “bom gosto” e “mau gosto”, ou “gosto erudito”, “gosto médio” e “gosto popular” (ou “gosto juvenil”, “gosto feminino”, “gosto moderno”, “gosto étnico”, “gosto urbano”, o que seja), o nosso primeiríssimo gesto é problematizá-las: em vez de dá-las por adquiridas, questioná-las; em vez de tomá-las como princípio analítico, defini-las como objeto. “Rutura”, “desconstrução”, “distanciamento” — estas e outras palavras exprimem bem o que há de crítico na problematização, a etapa fundacional de qualquer investigação digna desse nome.

Ora, neste ponto do argumento, já não serão precisas razões adicionais para lembrar que, se há construção social (no sentido de Peter Berger e Thomas Luckmann) que requer uma análise relacional, genético-estrutural, da sua formação, evolução e consequências, ela é justamente a classificação e representação simbólica do gosto cultural. Nesse plano analítico, “bom gosto” e “mau gosto”, integração e periferia, ser do centro ou ser das margens, *vale o mesmo*: é sempre uma história que tem de ser percorrida, uma geografia a considerar, um processo específico que

é mister explicar, detalhando as condições estruturais e institucionais, as regras de colaboração e concorrência, os atores e os contextos envolvidos, as lutas de poder e pela hegemonia, que determinam cada esquema de gostos, que o fizeram e fazem ser o que é. E, quando a ênfase tem de ser colocada nas desigualdades e nas hierarquias de valor geradas e reproduzidas no meio social, como tipicamente acontece com as classificações do gosto cultural, a operação de rutura e desconstrução analítica deve ser orientada, primordialmente, para os polos nele dominantes, os seus agentes e efeitos: nessa medida, o que mais importa é interrogar as bases e instrumentos de legitimação do “bom gosto” e do “gosto cultivado”, assim como a exclusão ou periferização das formas ou comportamentos culturais considerados (isto é, relegados) como menores ou indignos, e mostrar os pressupostos em que assentam essas classificações binárias que privilegiam a ordem dos elementos homogêneos que encaixam harmoniosamente uns nos outros à agitação barroca das misturas, incoerências e excitações. Ao olhar sociológico que, por hipótese, observa a “música popular”, o que o “pimba” português ou o “brega” brasileiro começam por evidenciar é um produto e operador classificatório definido, fundamentalmente, pela hegemonia do padrão artístico cultivado pelos grupos culturalmente dominantes e consagrado pelas instituições dirigentes do respetivo campo cultural: é por contraste com ele e por efeito dele que vira “pimba” ou “brega”. O elemento principal do desvalor que assume resulta daí — não tanto das características substantivas quanto do posicionamento no interior deste campo e da visão que a partir daí sobre ele se projeta (e que ele próprio, geralmente, incorpora e reconhece).

A socióloga impõe uma distância crítica que relativiza, que *des-essencializa* — e, que num certo e fundo sentido, institui por precaução metódica uma *equivalência inicial* entre valores, todos sendo, afinal, objeto de análise genética e relacional. Mas não faz, nem pode fazer, apenas isso; é-lhe indispensável ir também à substância das coisas, penetrar no *interior* das experiências sociais e dos universos de sentido para que remetam os “gostos”, quer dizer, os hábitos, os conhecimentos, as inclinações, as preferências culturais. E não o conseguirá adotando um ponto de vista estritamente externo; pelo contrário, tem de acolher e dialogar com a perspectiva dos sujeitos desses gostos, como *sujeitos* que são — e não apenas (como teimava Bourdieu) “agentes portadores”.

Por isso é que é essencial essoutro procedimento a que chamei restituir. “Dar conta de”, como insistia a corrente etnometodológica: dar conta das disposições culturais, das representações delas e da linguagem usada, através da descrição tão émica quanto possível da sua manipulação pelos atores sociais. Esta dimensão fenomenológica da análise sociológica e os princípios sobre que assenta — e nem sequer é preciso convocar a *epoché* para insistir que contém sempre algum momento de suspensão temporária de juízo externo, para que o conteúdo descrito possa ocupar toda a cena. O *habitus* — se quisermos continuar assim — não se reduz ao osso das categorias esquemáticas de divisão e distinção, é necessário, por assim dizer, preenché-lo com os símbolos e as formas que dele fazem, como dizia a história das mentalidades, “maneira de ser e agir”. Nós só saberemos o que é o “pimba” — ou o “K-pop”, ou o “punk”, ou o “funk”, ou o “brega”, ou o “kuduro”, ou o “cante” — se

atendermos *também* às palavras e aos gestos, aos símbolos e aos movimentos, às razões e aos propósitos, às histórias vividas, narradas, antecipadas ou imaginadas, a que recorrem, em cada momento e cada meio, para identificá-los e comunicá-los, os que os fazem, absorvem, transmitem, adaptam e reinventam. Sem demasiados juízos apriorísticos, antes armados daquela empatia que, ensinava Max Weber, favorece a compreensão, como aproximação analítica a um “texto”, um “jogo”, um “ritual”, uma “performance” que se quer conhecer para interpretar, assim devem os sociólogos abordar todas essas formas de música popular que a classificação tida por mais legítima dos “níveis” de cultura tendia a remeter para as margens, os subterrâneos ou as ruínas.

A razão fundamental que explica o impasse em que cai, mais cedo que tarde, a generalidade dos modelos de análise e explicação das obras culturais que ficam pelas “condições externas” e os “contextos envolventes”, é a obliteração do sentido — a ilusão de que elas poderiam ser descarnadas, como se o conteúdo de que cada uma é feita, enquanto elemento singular ou mesmo que só reproduzindo um estilo, pudesse ser colocado entre parênteses, como se as concretas imagens, narrativas, marcações (como no teatro) de que cada uma se compõe fossem aspetos menores, ou interessassem mais os etnólogos e historiadores do que os sociólogos e economistas. Porém, não: as obras culturais não são apenas consequência, mesmo que “refratada” pelos contornos próprios de cada campo; elas são também *coisa em si*, matéria criativa, *modi operandi* e *opera operata*.

Para bem perceber o “pimba”, é preciso ouvir: as canções (melodias e letras), os cantores e compositores, as várias sortes de ouvintes; e ouvir nos diversos contextos em que o “pimba” se faz “pimba”, esmiuçando os circuitos de distribuição física e digital, de organização das festas e dos concertos, de *merchandising*, etc., tomando como objeto de indagação, e não questão resolvida *a priori* por *diktat* metodológico, o processo pelo qual essas melodias pobres de harmonia rudimentar, com letras delicadoces ou sugestões picantes, devêm música “popular”, “popularucha”, “comercial”, “lúdica”, obliquamente “subversiva”, consoante os públicos e ocasiões, ou concomitantemente em cada público e ocasião. Não para elidir as instâncias e as operações de classificação, circulação e institucionalização que as remetem para o lugar subalterno que ocupam no campo cultural — o lugar do “não artístico”, da sensorialidade rude, do entretenimento jocoso e carnavalesco — mas sim para *complementar* a sua análise com uma abordagem mais interpretativa de cada forma simbólica, de qualquer natureza e valor, como universo de sentido. E, como tudo tem de ser posto na duração, no tempo longo ou curto da história, esta investigação que combina as duas perspetivas de distanciamento e aproximação, desconstrução e hermenêutica, integrará ainda o curso dinâmico dos processos sociais (por isso *processos* e não apenas situações). Ora, mais uma vez, se, por um lado, há domínio que exige este esforço analítico em múltiplas dimensões, é o dos gostos culturais, que são objeto de permanentes ou periódicos atos de desclassificação e reclassificação — não apenas na sincronia, por causa da pluralidade e conflitualidade dos critérios e padrões de classificação, mas também na diacronia, com os ciclos de afirmação, declínio, revivalismo, trivialização e por aí adiante, e que fazem com que o “cante”

de hoje não seja o mesmo de décadas atrás e o mesmo suceda com a generalidade dos outros “gêneros” ou “estilos” musicais. Por outro lado, se há circunstância cultural que exija tal esforço, é esta nossa, não só de emergência como de afirmação e até de certo reconhecimento social de múltiplos *gostos ecléticos*, que agregam tensamente origens e inclinações diversas e diversas escalas de valor simbólico, tendo na hibridização o seu eixo estruturante.

A incontornável questão da qualidade

Parece, em síntese, que quem se aventure pelo terreno bravio e assombroso do gosto sempre poderá servir-se de duas poderosas armas da ciência social: a negação do universal absoluto que estaria fora da história e do devir, assim como da forma pura que residiria platonicamente por trás da aparência de variações infinitas, impondo-lhes uma essência ôntica e cognoscível; e, dialeticamente, essoutra consciência da singularidade concreta de cada uma das coisas assim tornadas relativas e variáveis, porque cada coisa é um todo, e não é dada, mas tem de ser observada, restituída e interpretada.

Serão suficientes, essas armas?

Não creio. Indispensáveis, sim; poderosas, sem dúvida. Porém, não bastantes. O ponto é que *a sociologia da cultura faz parte da cultura* (tomara que isto fosse apenas um jogo de palavras; não é). A socióloga que indaga das classificações e das lutas de classificação não está na margem desse lago revoltado, mas mergulhada nele. A sua disciplina tem lugar, e destacado, no campo científico, por isso cultural; ou, preferindo, na intersecção dos campos científico e cultural. Em tal plano, não é assim tão distante da filosofia estética, da história ou da crítica da arte. Seria uma arrogância desmedida e injustificada pretender-se imune às pressuposições de valor que informam estes vizinhos.

De facto, ela participa de uma relação a valores, no sentido preciso que Max Weber (2003 [1919]) empregou e mister se faz distinguir das ambiguidades que inquinam a reflexão sobre “neutralidade axiológica”. É a relação pós-iluminista, não por ser contra-iluminista, mas por estar em continuidade com o erigir da razão como travejamento do juízo, incluindo o juízo estético. Foi desenvolvendo tal relação que a sociologia estabeleceu os fundamentos da aplicação da racionalidade formal aos assuntos sociais e construiu uma formidável capacidade crítica, a qual, para o ser plenamente, também deve ser reflexiva, incidindo sobre si própria. Ora, isto é incompatível com a presunção de imunidade face a qualquer “tábua de valores”, fazendo da equivalência geral das coisas (bem) o alfa, mas (mal) também o ómega da abordagem desses universos saturados de valor que são a cultura e as artes.

Não é preciso ser um asceta rigorista à maneira de Theodor W. Adorno, castigando a indústria cultural e a massificação do consumo de “pré-digeridos” (Adorno, 2003 [1942]: 63), e denunciando o aligeiramento, o abastardamento e a

reificação da forma estética, para assumir essa relação da sociologia da cultura com a modernidade cultural. Ela existe, e é mais honesto e mais produtivo assumi-la — até porque, como ensinou o doutor Freud, o recalçado acaba sempre por regressar.

Assumi-la, entretanto, como questão crítica, na dupla aceção da palavra: central e interpelante. Quando analisamos obras criativas, quaisquer que sejam, da música erudita ao folclore, da escultura ao artesanato, da arquitetura às técnicas construtivas tradicionais, é impossível ignorar as considerações de qualidade. É vero que todas as obras são obras: portanto, todas contêm e geram valor e sentido. São, todavia, de qualidade desigual, não em função de *um* padrão estético indiscutível e constante, mas outrossim perante critérios que são, eles próprios, construções sociais históricas e, desde o século XIX, crescentemente plurais, concorrentes, alteráveis e até, por assim dizer, plásticas, flexíveis. É face a cada um de tais critérios, e face ao sistema que, em cada momento, resulta da sua interação, que se pode situar *sociologicamente* a respetiva qualidade. Ao contrário do que sustentam, espere-mos que apenas noutros planos, os apologistas do cânone literário ou estético, não há *uma só* uma tábua de ordenação, mas várias; nem elas são fixas, antes sujeitas a revisão, contestação, transformação, contaminação recíproca. O uso analítico desses critérios de valor obriga a vários lances: (i) a explicitá-los; (ii) a analisá-los também a eles, designadamente reconstituindo a sua génese e desenvolvimento; (iii) a referir a respetiva valoração à relação de uns com os outros no sistema a que pertençam. Embora os critérios não sejam equivalentes, e continuem a ser muito fortes as duas classificações que disputam a hegemonia nos bens e serviços criativos — a classificação a que costumamos chamar legítima e destaca o valor cultural segundo hierarquias artísticas mais ou menos convencionais (geradas no subcampo da “cultura erudita” ou “cultivada”); e a que decorre da expansão das “indústrias criativas” e acentua a avaliação de impacto nos mercados de produtos, no emprego, nas cidades ou no turismo — o certo é que não só são muito menos rígidas as fronteiras entre elas como são frequentes as intersecções e cruzamentos. Aliás, a hegemonia da forma recebida de cada classificação no subcampo em que é determinante (na instituição ou no mercado, para usar a útil expressão de Raymond de Moulin, 1992) é questionada por variantes, revisões e desenvolvimentos que a densificam e relativizam, assim enfraquecendo, nalguma medida, a intensidade e o raio de ação da sua hegemonia.

Matéria para outras elaborações conceptuais. Aqui, que nos cingimos à análise do “gosto”, o que importa é assinalar que nesse tal conjunto de critérios plurais e parcialmente contraditórios também está o da *qualidade propriamente estética*: o “puro” valor “interno” da linguagem e do “conteúdo” artístico, tal como ele (sempre conflitualmente, não vamos repetir o alerta até à exaustão!) é (i) apercebido e formulado pelos contemporâneos — os pares, os peritos, os divulgadores, os compradores e recetores; é (ii) redefinido e sedimentado ao longo da história (do campo específico e da sociedade envolvente), investido até, quando a redefinição triunfa, dessa espécie de naturalização que oblitera as condições concretas da sua formação e das primeiras apreciações — e é isso que tipifica, como bem explicou Pierre Bourdieu (2016 [2013]), a “revolução simbólica” que transforma as próprias categorias e maneiras de ver e avaliar; e é (iii) reconsiderado (sufragado,

derrubado ou alterado) na época e no contexto em que cada análise, seja ela estética, filosófica, histórica ou sociológica, o toma como objeto de estudo (e lhe aplica a weberiana relação aos valores). Em qualquer dos casos — que são cumulativos e não alternativos — o valor define-se também numa escala de qualidades: não apenas por contraposição entre o alto e o baixo, o elaborado e o artesanal, o cultivado e o espontâneo, o central e o periférico, o feito para o prazer (intelectual) e o feito para o simples gozo (sensorial), ou, para evocar diretamente Kant, a “arte livre” e a “arte mercenária”, mas também numa escala ordenada segundo vários parâmetros e graduada em vários pontos, em termos não só de beleza, harmonia e perfeição, mas também de inovação, de rutura, de representação, de interpelação.

Para sermos menos herméticos, coloquemos a questão em termos técnicos. Quando os sociólogos da cultura apontam para a centralidade do capital cultural, isto é, do conjunto de recursos (de informação, habitação, titulação) utilizáveis e reproduzíveis como poderes numa certa esfera de atividades e relações, eles estão construindo uma variável cuja escala não é puramente nominal, mas, pelo menos, ordenada: quer dizer, os valores distribuem-se numa ordem hierárquica. O “gosto”, que é, ao mesmo tempo, uma declinação desse capital em sistema de preferências e o conjunto de operadores de percepção e classificação que orienta e racionaliza os comportamentos causados, sobretudo (como os inquéritos invariavelmente documentam), por tal capital, adquire, pois, uma dupla natureza: como coisa prática substantiva, existe, gera sentido, tem valor — qualquer que seja; mas, associado ao capital cultural, participa da sua forma hierárquica e hierarquizante, isto é, distintiva, produto e produtora de diferenças e desigualdades.

A solução para as penas a que a dinâmica das artes sujeita os investigadores que persistem na sua abordagem racional não é, pois, virar as hierarquias ao contrário, pondo o mundo (convencional) de pernas para o ar. Celebrar (vamos às músicas de Portugal e do Brasil) o “pimba” ou o “brega”, elevando-os agora a píncaros de genuinidade, inconformismo, malícia, resistência ou subversão, seria ainda aplicar os termos do *nomos* académico e cultivado. Em direções contrárias (pelo menos na aparência), já que se repõe em “cima” e no “centro” o que esse *nomos* castigava como baixo e periférico; não obstante, aplicando a mesma estrutura categorial e a mesma lógica dicotômica.

Compreendo e respeito as boas intenções do investimento militante na desconstrução de rotinas e convenções. Encontro, porém, quatro motivos para defender vigorosamente que se evite fórmulas tão simplistas quanto seria agora, numa espécie de revivalismo sociológico redobrando e legitimando o revivalismo comercial, exaltar sem mais as virtudes estéticas do gosto “popular”.

O primeiro é que continuaríamos presos de uma escala de avaliação unidimensional, quando é preciso (pelas razões teóricas e analíticas já referidas) levar a sério a pluralidade das dimensões e a multiplicidade dos critérios das classificações socioculturais, *maxime* da protagonizada pela própria interpretação sociológica. Como diria Hamlet, há mais coisas na terra do que sonha, ó Horácio que tantas vezes nos assombras, a tua vã filosofia das oposições binárias de dominantes e dominados, poderosos e excluídos, algozes e vítimas.

O segundo motivo é que permaneceríamos no equívoco de — digamos em inglês, que fica mais claro — confundir o *pop* com o *folk*. Um exemplo português: o cante e o fado, expressões de cultura popular (alentejana, urbana), sujeitas certamente — porque, em sociedade, nada existe numa reserva fechada, defendido das influências alheias — às condições, constrangimentos e também adaptações e recriações inovadoras da indústria musical, ou dos cultores eruditos, ou das novas gerações, ou da consagração oficial como património imaterial da humanidade (pela UNESCO, o fado em 2011 e o cante alentejano em 2014), são contudo bem diversos, na sua natureza sociocultural e identitária, da chamada música “pimba”, que é um produto comercial mais do que etnográfico, ou melhor é o produto da re-elaboração, segundo os cânones de ligeireza, consumo rápido e emoção fácil, de formas provenientes do folclore tradicional e/ou da adaptação a públicos e ocasiões específicas (com acento lúdico, multitudinário e carnavalesco) de melodias de consumo maciço oriundas da chamada música comercial.

Em terceiro lugar, não devíamos esquecer agora, subitamente, as lógicas e os processos da dominação — simbólica, económica e política. A oferta disponível e o modo de receção que ela insinua, se não mesmo determina, não existem fora das estruturas e das dinâmicas de organização dos vários subcampos culturais, das forças institucionais, industriais e comerciais que neles predominam, das regras de funcionamento dos mercados e dos interesses e benefícios que desenham, e, correlativamente, das barreiras estruturais a que os mais desapossados em capital cultural venham a corrigir tal desvantagem e, pela escola, pelo contacto com as instituições culturais, pela habituação a outros tipos de obras criativas, mais exigentes no plano das atitudes e dos conceitos, desenvolvam as competências e acumulem o capital indispensáveis para franquear as passagens, geralmente estreitas, para a cultura artística de forte densidade estética. Em sociologia, a desenvoltura pós-moderna não pode servir para substituir ou enfraquecer a crítica moderna: precisamos tanto de Theodor Adorno como de Mike Featherstone (1991). Nem se pode ignorar o facto preciso que é a relação profundamente desigual dos grupos sociais perante os múltiplos géneros, estilos e níveis de hierarquização cultural: como bem mostrou Olivier Donnat (1994), a propósito da França, os *branchés* — aqueles que circulam com total à-vontade pelas referências culturais as mais distantes — acumulam uma vantagem que não tem contrapartida nos consumidores comuns, cujo universo de conhecimento, informação e identidade simbólica é muito mais reduzido. Nesse sentido, “apreciar o pimba” — de maneira bem precisa: num convívio de estudantes, numa festa de verão, ou num congresso de sociologia — pode bem ser mais uma afirmação conspícua de elitismo e superioridade cultural, designadamente face a essa pequena burguesia da “boa vontade cultural” (Bourdieu, 1979) que procura elevar-se nas escalas estabelecidas de reconhecimento e gosto.

Finalmente, os posicionamentos relativos das formas e instâncias de produção ou consumo cultural situadas diversamente em diversos campos, são muito importantes para orientar a atenção analítica, mas não constituem o seu fim último. Seria uma ironia triste que, no estudo da cultura e das artes, ficássemos, por assim dizer, pelos arredores, receando e renunciando a penetrar na textura, na substância, na concretude de cada forma, de cada prática — de cada obra cultural e de cada

experiência social face à cultura e de cultura. É também isso que o conceito de gosto, se for bem entendido, há de significar: convidar-nos a sentir, a compreender e a exprimir a qualidade própria de cada coisa, e das relações entre as coisas, *com e para além* dos contextos e das hierarquias sociais.

Ad augusta per angusta

Regressemos a Pierre Bourdieu, cuja investigação me parece absolutamente incontornável para quem trabalhe neste canteiro. Ele demonstra bem a natureza social do gosto, como sistema estruturado de disposições de visão e divisão do mundo; e, consequentemente, as insuficiências e equívocos do discurso filosófico sobre a “forma pura” da obra de arte e do juízo estético. Daí retirou, no célebre *post-scriptum* de *La Distinction* (Bourdieu, 1979: 565-585), a consigna de recusa frontal daquele discurso. Depois, à medida em que se foi movendo da “crítica social” do gosto (que desvelava nos estilos de vida poderosos vetores de diferenciação e distinção social) para o domínio das obras e dos autores — para Flaubert, primeiro, em seguida para Manet — Bourdieu (1992, 2016 [2013]) foi afinando a sua proposta, para concluir que a sociologia histórica da arte seria boa parceira de uma crítica de arte reflexiva e informada, e propondo uma “ciência das obras” capaz de superar a contraposição entre “análise interna” e “análise externa” delas.

Tal superação não pode, porém, a meu ver, fazer-se simplesmente transpondo para a análise interna os princípios e operadores conceptuais da análise externa (nomeadamente, o *habitus* como “estrutura estruturada e estruturante”), apenas incorporando a “mediação” e a “refração” imposta pelos campos em causa (tanto mais fortes quanto mais autónomos), tratando qualquer outra dimensão (designadamente, a propriamente artística: a forma e o conteúdo de qualquer texto, quadro, escultura, filme, dança, etc.) como da ordem dos efeitos, e não das causas — nem, o que é mais importante, da ordem dos *operadores de conhecimento*, de interpretação e explicação. O ponto reside justamente aqui: o passo que precisamos de dar — e só o daremos se abandonarmos a companhia de Bourdieu — é aquele que nos permite perceber (i) o potencial cognitivo da arte — a arte, ela própria, como conhecimento do mundo; (ii) a natureza dialógica da relação entre, em sentido pleno, criação (e por alguma razão Bourdieu a enfileira, com ator, sujeito e texto, na galeria dos termos que se recusa a usar) e fruição cultural — concedendo, portanto, espaço próprio, como objeto de indagação, ao gosto; e (iii) a vantagem de entender a relação entre a sociologia, a literatura, a filosofia e a estética como um jogo de soma positiva, de influências recíprocas e cruzadas.

O caminho que proponho não denega a realidade do gosto como produto e expressão das desigualdades transmutadas, no plano dos estilos de vida e das atitudes, em “distinção”; mas não o reduz a essa condição. Recusa-se ainda a ficar pela simples inversão da classificação dominante dos gostos, qualificando agora o que ela taxativamente desvalorizava. Entende que cada gosto ou estrutura de gostos é um universo de sentido que deve ser apreendido e restituído *em si mesmo* (tanto mais quanto mais complexo, eclético ou até híbrido), e em simultâneo relacionado

com os outros com que interage (e se mede), com a história e o contexto que o envolvem. Mas não procede acriticamente, esgotando-se em simples e exaltante descrição; pelo contrário, combina essa necessária pontuação do valor de cada gosto, qualquer que ele seja (se é verdade que a “estética” popular é uma ética, também o é que não deixa de ser “estética”), com a sua vinculação aos sistemas de gosto, diferenciados e hierarquizados, com que se articula. O caminho proposto não ignora, enfim, nem contorna as questões de “gosto”, isto é, de qualidade, coerência, reconhecimento formal, tal como os operadores lógicos e as linguagens discursivas das correntes estéticas vão constituindo e reconstituindo, como crítica pericial e avaliação entre pares — pois, repito, a sociologia da cultura faz parte da cultura.

Daí que o título do presente texto não seja apenas uma desavergonhada apropriação do célebre título da novela de Peter Handke (publicada em 1970, e do filme de Wim Wenders, de 1972), *A Angústia do Guarda-Redes no Momento do Penálti*. Ele pretende também invocar a etimologia latina da palavra angústia, que tem a ver com *angere* (“oprimir”, “sufocar”), e com *angustus* (“estreitamento”, “estreiteza”). Assim a fórmula *Ad augusta per angusta* — “chegar às coisas sagradas, majestosas, através de caminhos apertados”.

Vítor Hugo, que a adotou em 1830, no IV ato de *Hernâni*, podia ser grandiloquente; um sociólogo há de trazê-la para registo mais consentâneo com a humildade intelectual e o labor científico. Por hipótese: “obter resultados razoáveis por veredas”.

Angústia perante o gosto? Sim, bastante. Porque, como se terá visto, sendo preciso rumar ao gosto, para compreender o que as pessoas dizem sobre as suas preferências, o caminho até lá é pedregoso, aqui e ali bravio; requer alguma exploração com o seu quê de pioneira. Mas pode levar a resultados.

Referências bibliográficas

- Adorno, Theodor W. (2003 [1942]), “O esquema da cultura de massas”, trad. em *Sobre a Indústria da Cultura*, org. António Sousa Ribeiro, Coimbra, Angelus Novus, pp. 57-95.
- Bourdieu, Pierre (1979), *La Distinction. Critique Sociale du Jugement*, Paris, Minuit.
- Bourdieu, Pierre (1980), *Le Sens Pratique*, Paris, Minuit.
- Bourdieu, Pierre (1992), *Les Règles de l’Art. Genèse et Structure du Champ Littéraire*, Paris, Seuil.
- Bourdieu, Pierre (1994), *Raisons Pratiques. Sur la Théorie de l’Action*, Paris, Seuil.
- Bourdieu, Pierre (2004 [2002]), *Esquisse pour Une Auto-Analyse*, trad., Paris, Raisons d’Agir.
- Bourdieu, Pierre (2016 [2013]), *Manet, Une Révolution Symbolique*, reed., Paris, Raisons d’Agir/Seuil.
- Donnat, Olivier (1994), *Les Français face à la Culture. De l’Exclusion à l’Eclectisme*, Paris, La Découverte.
- Featherstone, Mike (1991), *Consumer Culture and Postmodernism*, Londres, Sage.
- Giddens, Anthony (1984), *The Constitution of Society. Outline of the Theory of Structuration*, Cambridge, Polity.

- Hirschman, Albert (1986), *Vers Une Economie Politique Elargie*, Paris, Minuit.
- Hoggart, Richard (1957), *The Uses of Literacy. Aspects of Working-Class Life with Special References to Publications and Entertainments*, Londres, Chatto & Windus.
- Lahire, Bernard (2004), *La Culture des Individus. Dissonances Culturelles et Distinction de Soi*, Paris, La Découverte.
- Lombardo, Philippe, e Loup Wolff (2020), *Cinquante Ans de Pratiques Culturelles en France*, Paris, Ministère de La Culture, Département des Etudes, de la Prospective et des Statistiques.
- Moulin, Raymonde (1992), *L'Artiste, l'Institution et le Marché*, Paris, Flammarion.
- Weber, Max (2003 [1919]), "La profession et la vocation de savant", em *Le Savant et le Politique*, trad., Paris, La Découverte, pp. 61-110.

Augusto Santos Silva. Professor jubilado da Faculdade de Economia da Universidade do Porto e investigador do Instituto de Sociologia da Universidade do Porto, Porto, Portugal.

E-mail: asilva@fep.up.pt

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2270-0185>

Contribuições para o artigo: conceptualização, investigação, metodologia, validação, visualização, redação do original, revisão e edição.

Receção: 24/07/2026 Aprovação: 17/08/2026

