

## AS LÓGICAS SOCIAIS DO GOSTO

### *THE SOCIAL LOGIC OF TASTE*

---

Luana Lopes\*

Camila Bourguignon de Lima\*\*

PULICI, Caroline; FERNANDES, Dmitri Cerboni (org.). **As lógicas sociais do gosto**. São Paulo: Editora Unifesp, 2019. 328 p.

#### **Resumo**

O gosto está no cerne das práticas culturais que estruturam a vida social. Segundo essa perspectiva, o livro organizado por Carolina Pulici e Dmitri Fernandes apresenta ao longo de oito capítulos de autoria de pesquisadores nacionais e internacionais as correspondências estruturais entre os consumidores culturais e seus gostos. Publicado em 2019 pela editora Unifesp, os capítulos podem ser considerados referências teóricas no debate sociológico sobre o espaço das posições sociais e o espaço dos estilos de vida, a partir de fundamentação empírica na gênese social do gosto. Vale ressaltar que as contribuições dialogam com a teoria bourdieusiana visando pôr a prova o arsenal teórico-conceitual em uma realidade distinta do país originário da teoria, que é o caso do Brasil.

**Palavras-chave:** Sociologia do gosto. Distinção social. Estetização do gosto. Hierarquia social.

#### **Abstract**

Taste is at the heartwood of the cultural practices that structure social life. According to this perspective, the book organized by Carolina Pulici and Dmitri Fernandes presents over eight chapters by national and international researchers the structural correspondences between cultural consumers and their tastes. Published in 2019 by the publishing company Unifesp, the chapters can be considered theoretical references in the sociological debate on the space of social positions and the space of lifestyles, based on an empirical foundation in the social genesis of taste. It is worth mentioning that the contributions dialogue with Bourdieusian theory aiming to test the theoretical-conceptual arsenal in a reality different from the country originating from the theory, which is the case of Brazil.

**Keywords:** Sociology of taste. Social distinction. Aestheticization of taste. Social hierarchy.

Não discutir ou questionar o gosto é algo visto quase como uma regra de etiqueta socialmente compreendida pelos sujeitos e embasada pelo princípio de que “gosto não se discute”. Isso porque, o gosto é considerado uma elaboração exclusivamente individual e, deste modo, questionar o gosto de alguém por algo soa presunçoso.

---

\*Doutoranda em Educação pelo Programa de Pós-graduação da Universidade Federal do Paraná, mestra em Sociologia Política e graduada em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Santa Catarina. E-mail: luanalopes.cso@gmail.com

\*\*Doutoranda em Educação pelo programa de Pós-Graduação da Unicamp, mestra em Educação pela Universidade Federal do Paraná e graduada em Artes Visuais pela Universidade Estadual de Ponta Grossa. E-mail: cabourglima@gmail.com

Em **As lógicas sociais do gosto** (2019), livro organizado por Carolina Pulici e Dmitri Fernandes, apresenta uma coletânea de estudos que explora uma agenda de pesquisas no contexto nacional e francês que contrariam o gosto como uma capacidade de julgamento estético exclusivamente individual e apresentam-no como uma disposição submetida às lógicas sociais e de distinção. Conforme apresentado por Monique de Saint Martin, no prefácio da obra, os artigos discutem a inexistência de um gosto inato e, ao mesmo tempo, a sua construção partir de jogos de aproximação e distanciamento, de oposição, de classificação e hierarquização no espaço social. Para Saint Martin, os estudos reunidos pelos organizadores da obra se mostram como a constituição de um campo de pesquisa das ciências sociais no Brasil que tem ganhado autonomia ao se desvincular da sociologia da cultura e da arte, denominado como “sociologia e história social do gosto”.

O prefácio do livro aborda a construção do gosto como um objeto de estudo no campo das ciências sociais que nem sempre foi considerado um tema prestigioso de ser pesquisado em razão da lógica hierárquica das pesquisas nesse campo intelectual. Estudos sobre esse tema tornaram-se relevantes quando as práticas dos agentes não eram mais suficientemente explicadas por uma questão exclusiva de renda e as condições culturais de socialização passaram a ser acionadas para esse tipo análise. Ainda no prefácio, é exposto que a coletânea de pesquisas, ao reunir estudos produzidos em diferentes contextos, representa **casos particulares do possível**. Deste modo, é concebível a extração de regularidades nas distintas situações observadas sem condicionar a escolha a uma classe social ou ignorar que o sentimento de aversão e desgosto por práticas e estilos de vida diferentes é um marcador importante de classe – evidenciando a complexidade das análises sobre a construção do gosto.

A introdução do livro, intitulada **Por uma sociologia do gosto no Brasil**, que foi escrita pelos organizadores, apresenta um breve panorama sobre os estudos do gosto. Como já apontando inicialmente, o gosto era um tema de pouca abertura no campo das ciências sociais brasileira e esse tipo de discussão estava destinada a áreas do conhecimento como a filosofia, a comunicação e o *marketing*. Em uma perspectiva internacional, desde a década de 1960, o gosto já se constituía como um tema de estudo de sociólogos dedicados à compreensão da cultura. Nomes como Pierre Bourdieu, Richard Hoggart, Edward Palmer Thompson, Raymond Williams e Norbert Elias destacaram-se como pioneiros nesses estudos que avançavam na compreensão sobre a estratificação das sociedades, considerando o consumo cultural e o gosto como princípios da hierarquização social.

Ainda na introdução, Pulici e Fernandes apresentam as tendências dos estudos da sociologia do gosto, indicando sumariamente que há um conjunto de pesquisas publicadas no final do século XX que defendiam como ultrapassada a tese da homologia entre o campo da produção cultural e o campo do consumo. Outra tendência de pesquisa apontada pelos organizadores trata-se de estudos denominados por eles como “unilaterais” por dedicarem-se à análise exclusiva da produção artística ou da preferência do público sem a integração dessas

duas vertentes analíticas. Por fim, indicam a existência de estudos que analisam os discursos ditos “autorizados” que são aqueles que tratam da apropriação legítima dos bens culturais problematizando as possibilidades de ecletismo cultural.

**A alimentação solene e parcimoniosa: práticas gastronômicas como fonte de distinção das elites paulistanas** é o capítulo de abertura do livro, escrito por Carolina Pulici, e que trata das diferenças sociais exteriorizadas por meio do consumo alimentar. Nesse estudo de metodologia qualitativa, a autora entrevistou agentes das elites culturais e econômicas buscando compreender como as classes dominantes administram a arte de se comportar à mesa e como elaboram o que é considerado “comer bem”. À vista disso, os informantes da pesquisa relataram situações em que mobilizaram investimentos para experienciar esteticamente a culinária de maneira que ultrapassava qualquer experiência meramente do consumo do alimento e se estendia para as suas referências culturais e históricas. Ou seja, não se trata apenas de consumir, mas de vivenciar a gastronomia como uma prática cultural distintiva.

O comportamento oposto e até observado com desprezo é exemplificado pelos informantes por momentos em que presenciaram as refeições feitas por agentes das classes populares, por vezes – fazendo referência aos seus empregados – que além de consumirem grandes porções de alimentos, comendo sem parcimônia ou cerimônia, fazem combinações impensáveis para aqueles que valorizam a harmonia da cozinha e que repreendem a voracidade do gosto popular. O controle das pulsões naturais, assim como o das satisfações corporais, é o que aproxima os agentes de práticas distintivas – o comer pouco, o apresentar, servir e fruir os alimentos – e os distancia de práticas que beiram ao grotesco, isto é, o exagero nas porções e a comida “pesada”. O estudo evidencia as hierarquias sociais expressas no campo da alimentação para as frações das elites paulistanas e que operam práticas distintivas a partir da construção do eu “como um apreciador da estética da gastronomia” e do outro como aquele que prefere a fartura bem-vista nas classes populares.

O segundo capítulo, intitulado **Moderno sob medida: produtores e clientes do mobiliário paulistano nos anos 1950** e que foi escrito por Camila Gui Rossati, é um estudo que analisa como as condições sociais que estruturaram a formação do gosto moderno na capital paulista. A autora analisou três arquitetos importantes para a construção de uma estética progressista que se desvinculava do ar pomposo e de ostentação à *la* Luís XV e prometia aos novos mobiliários a beleza e funcionalidade – características da modernidade e das transformações culturais da cidade de São Paulo. Deste modo, foi apresentada a trajetória social de Lina Bo Bardi, Jacob Ricthi e Zanini Caldas, reconstituindo as redes de relacionamentos pessoais e rede de clientes desses arquitetos, analisando também os desenhos dos mobiliários produzidos e a linguagem utilizada nos portfólios de demonstração e nos catálogos de venda. O resultado foi a constatação de que cada um dos agentes pesquisados apresentava uma produção de mobiliários direcionada para um público específico, ainda que todos produzissem um mobiliário moderno, observou-se preferências e práticas distintas entre eles.

Segundo a pesquisadora, a distinção, tanto entre os produtores dos artefatos quanto entre os consumidores, estava relacionada com as redes de sociabilidades tecidas por eles: Bo Bardi e Ricchi tinham uma produção exclusiva, autônoma, encomendada e de material nobre que era destinada a consumidores atraídos pelo valor simbólico das peças e que circulavam entre profissionais ligados às artes e cultura. Em oposição, Zanini Caldas, ao constituir redes de relações menos prestigiosas que os arquitetos anteriores, produzia móveis em larga escala, com produtos padronizados, traços e cores arrojados e com materiais pouco nobres – o que reduzia os custos da produção. Seu trabalho era proposto ao público em geral por meio de anúncios e revistas. As trajetórias apresentadas mostraram produtores e consumidores desigualmente distribuídos no espaço social em razão do volume e estrutura do capital econômico e cultural que os fazia mais ou menos distintos.

O terceiro capítulo denominado **Pode aplaudir que a orquestra é sua: o recrutamento social do quadro de assinantes da Osesp como estratégia de consolidação** é a chave para compreender os valores simbólicos que vinculam a Orquestra Sinfônica do Estado de São Paulo (Osesp) ao grupo de assinantes que lhe deu apoio social em meados dos anos 2000. A Osesp é identificada no campo da cultura musical legítima e o pesquisador Ricardo Teperman propõe compará-la à Sociedade de Cultura Artística, uma das instituições promotoras de música clássica mais longevas de São Paulo, estabelecendo um paralelo entre a oferta de concertos e o perfil dos assinantes, além de analisar a atuação do Serviço de Voluntários da Osesp, revelando o imaginário compartilhado por esse grupo de expressiva projeção profissional que era formado, sobretudo, por empresários e executivos.

Para a construção da pesquisa sobre a Osesp, o pesquisador reuniu como fonte as declarações públicas dos maestros, reportagens da imprensa, publicações da coluna “Tribuna”, programas de concertos e sondagens sobre o público da Osesp, a fim de comprovar o que estava em jogo para além propriamente da música clássica, no projeto de reestruturação da orquestra. Embora a Osesp buscasse construir o recrutamento de quem não fazia parte nem do circuito de música clássica, nem das frações da elite, mais da metade dos assinantes e voluntários angariados nas campanhas vinham do “clube” da Cultura Artística. Essa adesão, apesar de importante para o estabelecimento da instituição, emitia o sinal de exclusividade próprio da cultura legítima, revelando a ambivalência do projeto da orquestra.

**O discurso cultivado sobre a arte: o ‘Musée Égoïste’ do *Nouvel Observateur***, de autoria de Louis Pinto, é o quarto capítulo e está apresentado sob a forma de quatro seções: a) um jogo regrado; b) o que se encontra no “Museu Egoísta”; c) a hierarquização social dos Museus Egoístas; e d) o discurso do prazer. Nesse formato, o leitor é conduzido a entender a lógica das publicações da coluna “Musée Égoïste”, na importante revista semanal francesa “*Le Nouvel Observateur*”, por meio de um *corpus* de 74 escritos sobre arte elaborados por convidados qualificados e aptos a comentarem livremente sobre obras de arte de livre escolha. A análise caracteriza o julgamento propriamente estético de romancistas, poetas, universitários, curadores, ensaístas, cientistas, médicos, arquitetos, profissionais do teatro e do cinema.

A conclusão da pesquisa é de que a escrita dos colunistas e as propriedades dos discursos em torno da arte têm relação com as propriedades sociais de quem escreve. Quer dizer, as impressões espontâneas que acabam por tomar evocações subjetivas de memórias e sensações referem-se aos autores que ocupam posições dominadas no espaço social. Por outro lado, quanto maior o capital cultural específico, maior é a autoridade para se exprimir sobre o assunto “arte”, porque, neste caso, os autores tendem a privilegiar a obra em detrimento da pessoa. Nesse sentido, fica evidente que as publicações na coluna “Museu Egoísta” se organizam a partir de três núcleos principais: o dos comentaristas autorizados; dos criadores reconhecidos e o dos amadores esclarecidos. Sem deixar de mencionar a correspondência entre as características sociais dos colunistas e as maneiras cultivadas de perceber as obras, sugerindo que a experiência social e pública de arte não está afastada de uma forma de vida “interior”.

Os resultados de uma pesquisa realizada com estudantes do terceiro ano do ensino médio em duas escolas de cidades vizinhas no estado de Minas Gerais são apresentados no quinto capítulo, **Uma janela para o mundo: a apreciação socialmente diferenciada de telejornais policiais brasileiros**. O estudo tem como objetivo analisar a apreciação diferenciada dos discursos imagético e vocabular dos programas televisivos, **Cidade Alerta** e **Brasil Urgente** e seus respectivos apresentadores, por agentes com diferentes posses de capital econômico e cultural e distintas experiências sociodemográficas. Para os autores, Dmitri Cerbocinni Fernandes e Fábio Ricardo dos Anjos Ribeiro, a apreciação dos programas é orientada pelo *habitus* dos estudantes, que pode ser observado por meio da identificação ou pelo distanciamento do discurso empregado nos dois programas policiais.

Os dois grupos de estudantes pesquisados apresentavam estruturas morfológicas distintas – e que foram classificados como pertencentes à classe baixa e classe média – reagiram distintamente aos programas policiais televisivos. Os estudantes que faziam parte do grupo de classe baixa, socialmente desprivilegiados, com pais e mães com baixa escolarização, empregos precários e que apresentavam uma condição de classe permeada de privações, apreciavam os telejornais policiais como uma maneira de “conhecer a realidade e os perigos do mundo”. Igualmente, identificavam neste tipo de programa uma prática quase que pedagógica ao compreenderem quais os comportamentos eram reprovados pelos apresentadores que se mostram indignados com a impunidade dos crimes e que são sujeitos que não têm medo de “falar a verdade” na televisão.

Contrariamente, o grupo de jovens pertencentes à classe média, em situação de maior privilégio, filhos de pais e mães com mais anos de estudo e com ocupações de trabalho provenientes da escolarização, apresentaram uma interpretação dos programas policiais menos moralista e mais humanista, ao menos no plano do discurso. Este grupo de estudantes entendiam que as motivações para ações criminosas estavam muito mais relacionadas com a falta de oportunidade de estudo e trabalho do que com falta de valores religiosos ou de envolvimento com amigos ruins, como apontou o primeiro grupo.

No contexto do teatro, as divisões que estruturam a encenação correspondem ao prólogo, cenas, atos, epílogos e rubricas. Com tais características, os autores Heloisa Pontes e Rafael do Nascimento Cesar escreveram o capítulo seis do livro, intitulado **Cidades, palcos e públicos: Rio de Janeiro e São Paulo em dois atos** em que reconstituem as trajetórias de Chiquinha Gonzaga e Cacilda Becker nos epicentros culturais e artísticos do Brasil do fim do século XIX e início do século XX.

O primeiro ato do texto elege as hierarquias simbólicas que estruturam a vida social da *belle époque* carioca traduzida a partir do protagonismo de Chiquinha Gonzaga. O sucesso da maestrina excedia o fato de ser mulher – apesar da discriminação de gênero estar presente na carreira – e foi suplantado pelo capital social de origem que permitiu operar uma mediação entre classes sociais e gêneros musicais. No segundo ato da análise, as informações deslocam-se para São Paulo num contexto de renovação do teatro brasileiro, enfatizando a figura de Cacilda Becker na transformação do teatro brasileiro à luz da modernização internacional. Ainda que Cacilda Becker fosse destituída de capital econômico, social e cultural, seu triunfo se deveu a sua competência para incorporar as convenções cênicas e a dramaturgia moderna despontadas na década de 1950. Paradoxalmente, tornam-se trajetórias “simétricas e inversas”, mas imprescindíveis para exemplificar os mecanismos de distinção que operavam a transformação da cultura brasileira e definiam o entendimento acerca da noção de público.

No sétimo capítulo, Edison Bertoncello, autor do texto **Consumo cultural e manutenção das distâncias sociais no Brasil**, utilizou a análise de correspondência múltipla para responder à questão da estratificação social do consumo cultural a partir dos usos do tempo livre da população adulta brasileira. O questionário utilizado na pesquisa permitiu identificar o perfil social e demográfico de 1,2 mil indivíduos quanto à prática de esporte, frequência em atividades religiosas, participação em atividades culturais (por exemplo, cinema) e as preferências por gêneros musicais, filmes, programas de TV e leituras. Os resultados foram dispostos em duas etapas de interpretação: a primeira classificando o investimento dos agentes em atividades de lazer sociável, dentro ou fora do contexto doméstico; a segunda avaliando as preferências musicais associadas à idade, capital cultural herdado, escolaridade do indivíduo e capital econômico.

O pesquisador aponta conclusões importantes na sua pesquisa retificando a chamada “tese das homologias”, central para os estudos de Pierre Bourdieu e do “onivorismo cultural” – cunhado nos estudos de Richard Peterson. Deste modo, a pesquisa ganha força quando é interpretada segundo a correspondência entre o espaço de estilos de vida e os espaços sociais, engendradas conforme propriedades do *habitus*. O argumento do “onivorismo cultural” se aproximou mais do processo empírico quando os indivíduos da amostra apresentaram uma amplitude maior de gosto, que variava das práticas culturais mais consagradas às de menor valor simbólico. No fim, o autor aponta que o conjunto de argumentos que sublinham a individualização das desigualdades (como classe social e *status* com peso menor) ainda é insuficiente para sustentar as fronteiras simbólicas e sociais em matéria de consumo cultural.

O último capítulo da coletânea, **Sobre a transformação do sistema de gosto na França**, de Julien Duval, inicia com uma crítica às investigações sociológicas que classificam **A distinção** como uma obra determinista do gosto e das práticas. Geralmente tais análises justificam que, atualmente, as estruturas sociais encontram-se menos rígidas que as da França na década de 1970, época em que foi publicada. Duval argumenta que os dados empíricos que sustentam a obra, de fato, são datados. No entanto, defende que Bourdieu desenvolveu um modelo geral sobre os sistemas do gosto que pode ser aplicado em distintos objetos desde que considerando as transformações no espaço social que, igualmente, interferem na produção do gosto.

O capítulo ainda discute criticamente as noções de cultura popular, cultura de massa, cultura compartilhada e “ecletismo” que, segundo ele, configuram-se como adjetivos fortemente usados nas pesquisas que tratam da sociologia do gosto. É com esse horizonte que Duval analisou as mudanças da competência cultural e do gosto na sociedade francesa, utilizando questionários que foram aplicados pelo Ministério da Cultura em amostras representativas da população nos anos de 1973, 1981, 1998 e 2008. Com uma metodologia embasada em análises estatísticas, Duval indicou mudanças na produção cultural, no sistema de ensino, na mídia e na sociedade francesa de um modo geral. Contudo, considerou tais mudanças como parciais, em razão de que não identificou grandes transformações no sistema do gosto francês como evocado por sociólogos da cultura contemporânea. Isso porque as próprias estruturas sociais não são passíveis de intensas transformações de maneira tão rápida. À vista disso, confirma a atualidade da obra porque o princípio gerador das práticas (*habitus*) continua fazendo parte das análises, independentemente das diferentes modalidades de cultura.

Além dos assuntos que atravessam os estudos da sociologia do gosto, ganham espaço nos textos apresentados termos **bourdieusianos**, como competência cultural, disposição, *habitus*, capital cultural, essenciais para compreender de forma detalhada as disparidades de estilos de vida que se expressam entre todas as classes sociais. Muitas vezes o “gosto” e o “bom gosto” confundem-se, todavia, esse livro de leitura obrigatória expressa, no momento mais oportuno, as predileções e estratégias culturais que tendem a predispor e a desempenhar uma função social de legitimação das diferenças sociais. Além disso, os capítulos enriquecem o debate em torno das condições de produção e reprodução do verdadeiro *status* social privilegiado para aqueles que participam e compreendem os domínios da cultura (do ponto de vista da hierarquia cultural vigente). A sociologia do gosto, com possibilidades emergentes no campo de pesquisa brasileiro, se revela uma área necessária para desvelar as lacunas entre as escolhas de um indivíduo e os hábitos socialmente compartilhados.

## Referências

PULICI, Carolina; FERNANDES, Dimitri Cerboni (org.). **As lógicas Sociais do Gosto**. São Paulo: Editora Unifesp, 2019.

Recebido em: 29/06/2020

Aceito em: 24/03/2021