



## Dinâmicas distintivas em torno do consumo audiovisual na cidade de São Paulo

Maria Celeste Mira<sup>1</sup>

Ana Lúcia de Castro<sup>2</sup>

Miqueli Michetti<sup>3</sup>

**Resumo:** O artigo analisa dinâmicas distintivas entre indivíduos, grupos e classes na cidade de São Paulo por meio do consumo de audiovisual. A partir de conteúdo extraído de seis grupos focais realizados com diferentes frações de classe, definidas por múltiplas variáveis – como ensina Bourdieu –, o texto busca compreender como determinadas práticas, obras, instituições e agentes são mobilizados na demarcação de pertencimentos, exclusões e hierarquias na produção de grupos diferencialmente posicionados no espaço social, simbólico e geográfico.

**Palavras-chave:** Distinção; Classes sociais; Práticas culturais; Consumo; Audiovisual.

### The dynamics of distinction in audiovisual consumption in São Paulo city

**Abstract:** *In this paper we analyze the dynamics of distinction through audiovisual consumption among individuals, groups and classes in São Paulo city, Brazil.*

- 1 Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – (PUC-SP), São Paulo – SP – Brasil – celestemira@gmail.com – ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1073-3297>.
- 2 Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho – (UNESP), Araraquara – SP – Brasil – ana.castro@unesp.br – ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6165-7722>.
- 3 Universidade Federal da Paraíba – (UFPB), João Pessoa – PB – Brasil – miquelimichetti@cchla.ufpb.br – ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2236-5126>.

*With reference to content extracted from six focus groups, carried out with different class fractions, defined by multiple variables – as Bourdieu teaches –, the text seeks to understand how certain practices, works, institutions and agents are mobilized to demarcate belongings, exclusions and hierarchies in the production of groups that are differently positioned in the social, symbolic and geographic space.*

**Keywords:** *Distinction; Social classes; Cultural practices; Consumption; Audiovisual.*

### **Dinâmicas distintivas em torno ao consumo audiovisual em la ciudad de São Paulo**

**Resumen:** *El artículo analiza dinámicas distintivas entre individuos, grupos y clases na ciudad de São Paulo a través del consumo audiovisual. Basado en datos extraídos de seis grupos focales, hechos con diferentes fracciones de clase, definidos por múltiples variables – como enseña Bourdieu –, el texto busca comprender cómo ciertas prácticas, trabajos, instituciones y agentes se movilizan en la demarcación de pertenencias, exclusiones y jerarquías en la producción de grupos posicionados diferencialmente en el espacio social, simbólico y geográfico.*

**Palabras clave:** *Distinción; Clases Sociales; Prácticas culturales; Consumo; Audiovisual.*

### **Introdução**

As classes sociais são baseadas em uma dimensão objetiva e constituem também uma realidade duplamente simbólica. De acordo com Pierre Bourdieu, em termos objetivos, elas se demarcam no “espaço social” conforme a distribuição diferencial de múltiplos capitais, em especial os capitais econômico e cultural. Porém, ao mesmo tempo que o “capital cultural” é um dos definidores das posições sociais relacionais, as classes sociais só existem como resultado de uma “luta de classificações”, que é uma luta simbólica (Bourdieu, 1996: 26). Tal concepção de classe é muito profícua, pois considera as dimensões objetivas e simbólicas de sua conformação. Ela toma as classes como realidade sempre em construção, mas o faz sem resvalar em um construcionismo ingênuo (Wacquant, 2013) e nos ajuda a compreender que a feitura das fronteiras de classe se dá na forma como elas são experimentadas cotidianamente.

A partir dessas consequentes reflexões sobre a construção material e simbólica das classes sociais, buscamos indagar a pertinência atual da participação

da dimensão cultural na construção de proximidades e distâncias relacionais entre grupos, classes e frações de classe na cidade de São Paulo. Em termos mais específicos, buscamos apreender se determinadas práticas culturais, ao serem tomadas como legítimas, demarcam pertencimentos, exclusões e hierarquias, vinculando-se à produção de grupos e do espaço social, simbólico e geográfico. Para colocar de maneira sucinta, buscamos compreender se e como o capital cultural se define na conjuntura atual e se ele ocupa hoje algum lugar nas dinâmicas de classe e estratificação.

Entretanto, a investigação que apresentamos nas linhas que se seguem tem como pano de fundo aspectos que tornam mais complexo o quadro bourdieusiano de análise, em especial a crescente circulação global de bens, práticas e pessoas e a ampliação dos meios de produção e oferta cultural com a disseminação das TICs. Nesse sentido, insere-se em um esforço internacional de atualização e revisão do legado bourdieusiano (Bennett *et al.*, 2009; Coulangeon e Duval, 2013, apenas para citar exemplos de trabalhos coletivos de grupos que se dedicam recentemente à tarefa).

É sob esse panorama teórico que, no seio de uma ampla pesquisa multimétodos<sup>4</sup>, entre abril e junho de 2022, foram realizados seis grupos focais, com cerca de 50 pessoas no total, em formato presencial e com uso de salas de espelho na cidade de São Paulo. Para efeitos deste trabalho, o grupo focal é tomado como fonte de dados principal e, no contexto mais geral da pesquisa, configurou-se como excelente recurso metodológico para levantamento de hipóteses, além de angariar elementos para subsidiar a elaboração do *survey* a ser aplicado na etapa seguinte da pesquisa.<sup>5</sup>

O recrutamento se deu a partir da construção de um filtro, cujo ponto de partida para a definição dos perfis foi a classificação ocupacional, uma variável que funciona como uma espécie de condensado dos capitais cultural e econômico, tal como propõe Will Atkinson (2017). A essa estratégia, incorporamos

4 Trata-se de projeto temático apoiado pela FAPESP, intitulado: “Para além da distinção: gostos, práticas culturais e classe em São Paulo”, que tem como objetivo principal compreender como se configuram atualmente as relações entre espaço social e espaço simbólico, considerando mudanças sociais recentes e tomando como recorte empírico a cidade de São Paulo.

5 Para mais detalhes sobre limites e possibilidades do grupo focal como recurso metodológico, ver: Morgan, 1997 e Gondim, 2002.

outras variáveis<sup>6</sup>, que foram, *a posteriori*, transformadas em “pontuações” a fim de posicionar socialmente os indivíduos potencialmente recrutáveis como mais ou menos relevantes, conforme os perfis que delineamos para nos aproximar do espaço simbólico da cidade.

O processo de definição dos perfis foi bastante rico em termos teóricos e metodológicos, uma vez que não se tratava apenas de aplicar as classificações propostas por Atkinson à realidade paulistana, mas proceder – conforme indica a perspectiva bourdieusiana, na qual as classes não são realidades substanciais, mas relacionais – uma adaptação às posições relacionais de determinadas ocupações ao espaço social da metrópole paulista. Dimensões qualitativas discutidas a partir da divulgação de informações em redes sociais dos participantes também foram levadas em consideração na escolha.

Conforme a classificação de Atkinson (2017) acerca dos estratos ocupacionais, desenhamos três grandes posições, superiores, médias e inferiores, a depender do volume de capitais que apresentavam e cada uma delas se dividiu em duas frações, definidas em razão da estrutura desses capitais: se mais marcadamente econômico ou cultural. A partir desse procedimento metodológico, chegamos aos seguintes perfis/grupos:

- Perfil 1: Estrato profissional inferior com baixo capital econômico e cultural: costureira (2), cuidadora de idosos, segurança, diarista, motorista de aplicativo, pedreiro, pintor; agente educativo, apenas um ingressou no nível superior (cursando); idade entre 28 e 45 anos; renda familiar entre R\$ 1 mil e R\$ 2 mil, cinco homens e quatro mulheres; cinco brancos e quatro negros (pretos ou pardos).
- Perfil 2: Estrato profissional inferior com capital cultural mais alto que o econômico: artista plástico, produtor cultural, professora de dança, auxiliar de biblioteca, auxiliar de enfermagem, professor de violão, grafiteiro, auxiliar de desenvolvimento infantil; 1 com ensino superior completo, dois cursando e dois com superior incompleto; renda familiar entre R\$ 1 mil e R\$ 2.500; idade entre 30 e 40 anos, três mulheres e cinco homens; três brancos e cinco negros.

6 Que incluíram: bairro; gênero; idade; ocupação; empresa; situação trabalhista; filhos e idade dos filhos; escolaridade; universidade que cursou; curso realizado; se os pais tiveram acesso ao ensino superior; se é o único da residência com ensino superior completo; se é/ou foi cotista; se é ou foi bolsista Fies; se frequentou durante infância/ adolescência algum programa de acesso à cultura de ONGs, prefeitura (Ceus) ou outra instituição e, em caso positivo, qual seria; se os filhos abandonaram a escola ou não estão nas séries adequadas à idade; se os filhos frequentam algum programa de acesso à cultura de ONGs, prefeitura (Ceus) ou outra instituição e, em caso positivo, qual seria. Além da renda familiar; número de moradores; renda *per capita*; raça/cor; identidade de gênero; orientação sexual; e links do Facebook; Instagram e/ou LinkedIn.

- Perfil 3: Estrato profissional médio com capital cultural mais alto que o econômico: violinista, professor de música, fotógrafa, atriz e professora de artes cênicas, professora de linguagens, artesã; ensino superior; idade entre 25 e 39 anos; renda familiar *per capita* entre R\$ 1.300 e R\$ 4.500; cinco homens e cinco mulheres; cinco brancos, dois amarelos e três negros.
- Perfil 4: Estrato profissional médio com capital econômico mais alto que o cultural: gerente administrativo, analista de suporte, pequena comerciante, gerente de compras; superior completo em faculdades de baixo prestígio; idade entre 28 anos e 40 anos; renda familiar *per capita* entre R\$ 2.500 e R\$ 6.000; cinco mulheres e quatro homens; cinco brancos e quatro negros.
- Perfil 5: Estrato profissional superior com capital cultural mais alto que o econômico: diretor de fotografia de cinema e TV, jornalista-redatora, professora universitária, advogado, diretor de filmes, professor e produtor de audiovisual, gestora cultural e atriz, professora de teatro e atriz, musicista; pós-graduação, universidade pública; idade entre 31 e 49 anos; pais com ensino superior; renda familiar *per capita* entre R\$ 4 mil e R\$ 14 mil; cinco mulheres e dois homens; seis brancos e uma indígena.
- Perfil 6: Estrato profissional superior com capital econômico mais alto que o cultural: executivo de empresa, diretor geral, engenheiro, gerente comercial; ensino superior; universidades privadas; pais com ensino superior; idade entre 36 e 52 anos; renda familiar *per capita* entre R\$ 6 mil e R\$16 mil; cinco homens e quatro mulheres; todos brancos.

A técnica do grupo focal consiste em reunir, idealmente, um grupo de oito a 15 informantes, um moderador e um relator. A discussão, conduzida pelo moderador, é pautada por um roteiro de questões pré-estruturado e ao relator cabe a tarefa de anotar as impressões, reações e tudo aquilo que diz respeito ao *não verbalizado*. O perfil de cada um dos informantes reunidos é definido com critério intencional, em sintonia com os interesses da pesquisa. A vantagem dessa técnica é o seu enfoque na exploração de temas específicos, além de, por ser uma entrevista em grupo, motivar todos os membros a exporem suas ideias, numa espécie de *conversa*, com tom descontraído e informal.

Uma das referências mais recorrentes na bibliografia internacional sobre grupo focal, o sociólogo norte-americano David Morgan (1984), afirma que os grupos focais ficam em algum lugar entre a observação participante e as entrevistas em profundidade, pois produzem informações que foram direcionadas pelo pesquisador, mas coletadas em grupos de informantes, em situação de interação. Assim como a observação participante, os grupos focais permitem o

acesso a um processo qualitativo com interesse central na interação e, como em entrevistas em profundidade, eles permitem acesso ao conteúdo que frequentemente interessa à pesquisa a partir das atitudes e experiências dos informantes. Como um meio-termo, os grupos focais não são tão eficientes quanto a observação participante na observação naturalística da interação, nem tão eficientes quanto as entrevistas, mas permitem a combinação desses dois propósitos. Como aponta Morgan (1984), essa é uma combinação útil e, para alguns tipos de questões de pesquisa, como é o caso desta, pode representar o melhor de ambos os mundos.

Para esta pesquisa, a realização dos grupos focais nos permitiu ter acesso às práticas realizadas no tempo livre e às adjetivações e classificações sociais que pessoas em grupos de diferentes posições sociais externam. Tal técnica de coleta de dados se mostrou bastante adequada por permitir uma aproximação indutiva ao tema da distinção na cidade de São Paulo.

Antes de passarmos à apresentação dos dados oriundos da realização dos grupos, é importante ressaltar que a técnica de grupos focais, realizada em sala de espelhos em localidade central da cidade (no caso, a Av. Doutor Arnaldo), traz como implicação a dificuldade de recrutar os “extremos” da desigualdade paulistana, isto é, os perfis que mais concentram capitais e os mais destituídos, uma vez que aqueles que compõem os estratos superiores com alta renda, que tradicionalmente apresentam resistência a participarem de pesquisas, dificilmente seriam levados ao local de realização dos grupos focais, enquanto os integrantes dos grupos extremamente vulneráveis ficariam inibidos em participar devido à própria localização do Instituto de pesquisa.

A partir da definição dos perfis desejados em cada grupo, uma recrutadora profissional passou a convidar os participantes, buscando assegurar diversidade de gênero, étnica e de região de moradia na cidade. Além disso, optou-se por recrutar pessoas adultas com ocupações que auferissem renda, excluindo desempregados, aposentados e pessoas menores de 25 anos.<sup>7</sup>

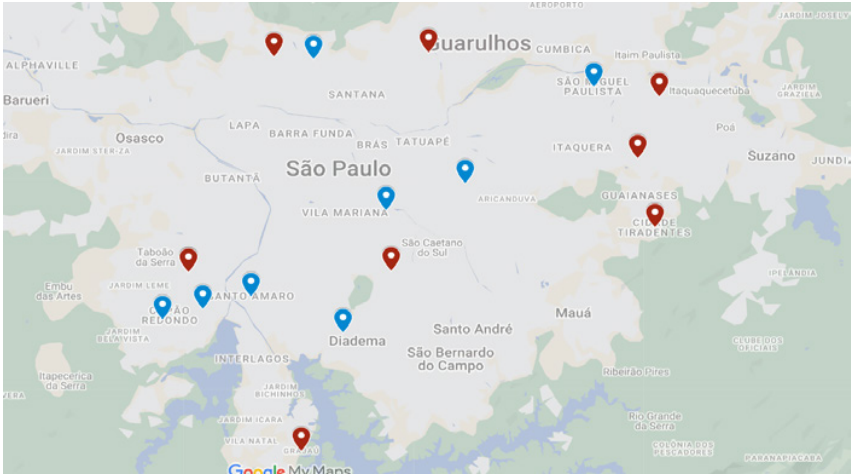
Outro aspecto relevante a ser ressaltado, visto que uma das hipóteses da pesquisa é a homologia entre espaço social, simbólico e físico (urbano), é a distribuição geográfica dos participantes dos grupos. A seguir, apresentamos a localização de moradia dos(as) participantes por estratos e respectivas frações, a partir do bairro informado por eles(as). O local de moradia de participantes

---

7 A equipe de pesquisadores elaborou os roteiros de entrevista e acompanhou a realização dos grupos focais por trás dos espelhos, de onde interferia na condução em contato direto com a moderadora, profissional especializada em conduzir dinâmicas de grupo, contratada pela pesquisa.

com mais capital cultural está marcado em azul e a dos respondentes como mais capital econômico está assinalada em vermelho. Em verde aparecem os bairros em que indivíduos das duas frações de cada estrato residem.

**Figura 1** – Localização de moradia dos estratos inferiores

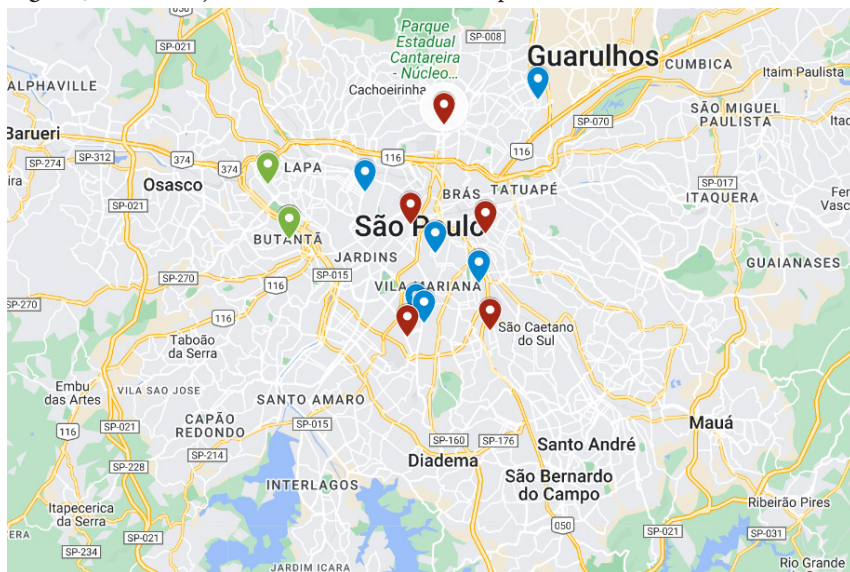


Fonte: elaboração própria.

**Figura 2** – Localização de moradia dos estratos intermediários



Fonte: elaboração própria.

**Figura 3** – Localização de moradia dos estratos superiores

**Fonte:** elaboração própria.

Os critérios principais de recrutamento foram os capitais econômico e cultural e a ocupação dos respondentes, como uma variável que dá uma maior aproximação e caracterização desses capitais (Atkinson, 2017), sendo o componente geográfico um aspecto lateral da escolha. Ainda assim, a localização dos estratos superiores se revelou mais central<sup>8</sup>, a dos estratos médios compôs um conjunto de pontos intermediários<sup>9</sup> e a dos estratos inferiores se mostrou mais periférica<sup>10</sup>. Não podemos considerar esse fato como acidental ou coincidência. Ao contrário, o interpretamos como um indício da homologia entre espaço social, simbólico e espaço geográfico (Bourdieu, 2013; Wacquant, 2023), a ser testado em fases posteriores da pesquisa que fundamenta este artigo.

8 Bairros declarados do estrato superior - Fração com mais capital econômico: Bela Vista; Planalto Paulista; Santana; Sacomã; Mooca; Sumarezinho; Butantã; Vila Leopoldina. Fração com mais capital cultural: Mirandópolis; Aclimação; Jardim Brasil; Planalto Paulista; Perdizes; Bela Vista; Butantã; Barra Funda; Ipiranga; Praça da Árvore.

9 Bairros declarados do estrato médio - Fração com mais capital econômico: Bela Vista; Patriarca; Cambuci; Jardim da Saúde; Butantã; Jabaquara; Santo Amaro. Fração com mais capital cultural: Campo Limpo; Butantã; São Miguel Paulista; Pinheiros; Vila Romana; Vila Nova das Belezas; Perdizes; Freguesia do Ó; Cambuci; Jardim Elisa Maria.

10 Bairros declarados do estrato inferior - Fração com baixo capital econômico e cultural: Vila Formosa; Vila Nova Cachoeirinha; Jardim Miriam; São Miguel Paulista; Jardim Leticia/Santo Amaro; Campo Limpo; Vila Fazzioni; Ipiranga; Santo Amaro. Fração com mais capital cultural: Jardim Maria Estela; Brasilândia; Jaçanã; Itaim Paulista; Vila Santa Cruz; Cidade Tiradentes; Parelheiros; Grajaú; Campo Limpo.



A partir desses termos teórico-metodológicos e desse panorama social e geográfico, podemos, agora, adentrar alguns dos achados dos grupos focais.

## As práticas e classificações em torno do audiovisual

A realização dos grupos trouxe uma constelação bastante ampla de temas, tanto a partir de menções espontâneas quanto de assuntos incentivados com o uso de imagens (vestir, comer, morar e viajar). Com maior ou menor centralidade, o consumo de audiovisual apareceu espontaneamente em cinco dos seis grupos, e os gostos e práticas em torno desse universo se revelaram uma fonte importante de diferença entre os grupos e, principalmente, entre suas frações. Nesta pesquisa, denominamos “audiovisual” as atividades relacionadas ao consumo de filmes, sejam vistos no cinema ou em outros ambientes, de séries (especialmente em *streaming*) e de televisão, assistidos por meio de qualquer tipo de equipamento (tela de cinema, aparelho de televisão, computador, *tablet*, telefone celular etc.).

No questionário elaborado para a pesquisa que resultou na obra *A distinção*, de Pierre Bourdieu, o tema é objeto de quatro das 24 questões publicadas (Bourdieu, 2007: 472-473). Também na pesquisa *Culture, Class, Distinction*, o audiovisual (*uses of domestic media e visits to the cinema/theatre*) constituíram dois dos sete tópicos de discussão dos grupos focais (Bennett *et al.*, 2009: 261). Aproximando-se mais de nosso universo empírico, as análises das classes dominantes paulistanas realizadas por Pulici (2010 e 2011) também retratam o tema como relevante para se pensar a distinção nesse contexto.

Antes de entrarmos no tema, é importante salientar que nossa pesquisa, utilizando a técnica dos grupos focais, foi realizada num contexto bastante diferente das pesquisas anteriores. Ocorreu nos meses de maio e julho de 2022, ou seja, sob os impactos da pandemia de Covid-19, iniciada em março de 2020 e encerrada em maio de 2023<sup>11</sup>. Em relação ao audiovisual, evidenciou-se nos grupos em discussão, em todos os estratos econômicos e culturais, um grande aumento do consumo de filmes, séries e mesmo telenovelas via plataformas de *streaming*. Vale lembrar que a a frequência aos cinemas estava restrita, condicionada ao uso de máscaras e distanciamento no interior da sala de exibição, por recomendação dos órgãos de saúde.

Em contrapartida, praticamente nada se fala na pesquisa sobre televisão, uma vez que todos os participantes de todos os estratos afirmaram não terem

11 De acordo com as orientações da Organização Mundial de Saúde (OMS).

essa atividade incluída na rotina, com uma única exceção, a de um integrante do estrato médio de maior capital cultural que declarou assistir aos programas de esportes. Pode-se dizer que a pandemia de Covid-19 acelerou o processo já em curso de integração das diversas mídias e TICs, transformando a antiga televisão de um veículo de produção de massa, único no domicílio e dirigido à família em mais um dispositivo ao alcance de cada indivíduo, ainda que este esteja só ou acompanhado, mas que lhe permite acessar várias atrações, como filmes, séries, novelas, *shows* etc., como também o seu uso em conjunto com outros dispositivos como, principalmente, os videogames. Além disso, é preciso levar em conta que a audiência à televisão é sempre subnotificada, uma vez que se tornou uma prática muito desvalorizada, a menos que seja acessada por meio de plataformas de *streaming*.

### Frações em posições inferiores

Os membros dos grupos compostos pelos estratos ocupacionais inferiores destacam-se pela presença de crianças em suas dinâmicas familiares. Dentre os estratos inferiores, na fração com menos capital cultural, apenas um, dos oito integrantes, não tem filhos, enquanto os nove participantes da fração com mais alto capital cultural declararam ter filhos, sendo um deles pai de sete. Essa forte presença das crianças na vida cotidiana influencia diretamente em suas práticas culturais e escolhas de consumo e foi mencionada direta e indiretamente em vários momentos da conversa desenvolvida nesses dois grupos focais.

O grupo de mais alto capital cultural indicou forte preocupação com a formação dos filhos, referindo, em diferentes momentos da conversa, a importância de apresentar a eles repertórios diversos, levando-os a eventos (como festivais de grafite ou apresentações de dança), conversando e desfrutando momentos comuns, como ir a parques, ouvir música e assistir filmes, no cinema ou em casa, desde que juntos.

Com relação ao grupo composto por integrantes de capital cultural mais baixo, destaca-se a centralidade do *shopping* nos usos de seu tempo livre. “Passear no *shopping*” foi a principal atividade mencionada espontaneamente pelos integrantes do grupo de capital cultural mais baixo e, durante a conversa, revelou-se que esta prática significa passear em lojas para olhar, mas raramente para efetivamente comprar algum produto ou serviço. Trata-se da principal atividade que envolve as crianças, na qual o uso dos parques infantis (*playlands*) e o consumo em *fast foods* na praça de alimentação no interior dos *shoppings* foram referidos como as principais atividades realizadas.

A frequência ao cinema é citada, espontaneamente, como atividade realizada no tempo livre em ambos os grupos. O grupo de maior capital cultural, de maneira geral, revela um grande interesse pelo conhecimento: “conhecer”, “ampliar repertório”, “pesquisar”, são termos apontados recorrentemente como motivadores dos usos do tempo livre e escolhas de consumo. Uma segunda característica marcante neste grupo, refere-se ao viés político que atravessou toda a discussão, evidenciado pela crítica à padronização dos comportamentos, das práticas e das produções culturais. “Eu acho assim que hoje em dia tá tudo assim mais, como dizem popularmente, uma boiada, né? Um vai, todo mundo segue atrás naquilo lá”, coloca a professora de dança do ventre. Contudo, ao serem perguntados pela moderadora se achavam que estariam indo junto com a boiada, os respondentes negam e acreditam ter o controle sobre até que ponto seguem o padrão: “eu vou até onde permito, até onde determino [...] até porque a gente só faz as coisas que a gente quer, não o que as pessoas pedem que a gente faça” (depoimento concedido em dinâmica de grupo focal para a pesquisa), afirma a auxiliar de enfermagem, reforçando a intenção, expressa pelo grupo como um todo, de vigília sobre produções culturais padronizadas ou massificadas.

E, sendo objeto de discussão crítica, as produções cinematográficas não escaparam a isso. Nesse sentido, apontam a preferência por filmes que são exibidos fora do circuito comercial ou pelo que não está “na moda”, não é “padrão”, como ilustra a fala do grafiteiro: “Além de eu apresentar música pra eles [filhos], eu apresento os clássicos do cinema também, que eu acho importantíssimo” (depoimento concedido em dinâmica de grupo focal para a pesquisa). Perguntado sobre quais clássicos, ele refere: “*Laranja mecânica, Scarface e Táxi driver*”.

Ao serem questionados se a premiação de filmes pelo *Oscar* os levaria a ver um filme, num primeiro momento, as respostas indicaram que sim, que procuravam conferir, mas rapidamente um tom mais politizado ganhou proeminência, a partir do comentário de um participante, músico e professor de violão:

[...] acho que não, porque primeiro começa pelo... Pela proposta do *Oscar*, né, que é... Sabe – milionários que quer colocar essa questão da cultura como uma disputa: o que é melhor? É isso que é o melhor? Eu não acho. Tem muitas outras coisas que tem uns territórios na periferia que tá fazendo há muito mais tempo – e aí? Entendeu? É melhor pra quê? E os saberes, né? Cê tá fazendo os grafites, lá tudo, faz um documentário de grafite, mas por que isso aí não é bom? É bom pra quê? Pra que pessoas isso é bom? (depoimento concedido em dinâmica de grupo focal para a pesquisa).

A fala citada aponta para o questionamento da premiação como legitimação de um bom filme, colocando em questão os interesses e as disposições estéticas dos responsáveis pelos critérios de premiação. E, na sequência, outro participante comenta os interesses do mercado: “Mas tem *marketing* aí... Interesses da indústria... Não é pro grande público...”. E o músico, provocador da discussão, arremata: “Exatamente. Então... É pruma outra classe” (depoimento concedido em dinâmica de grupo focal para a pesquisa).

Embora não tenham sido citados num primeiro momento, os *streamings* apareceram no decorrer da conversa, revelando que as formas de escolha dos filmes e séries, assim como os modos de assistir, apresentaram-se como reveladores de distinção, para além do que é propriamente assistido. Com relação às plataformas, unanimemente apontaram a impossibilidade de assinar a todas e as mais citadas foram *Paramount*, *Globoplay* e *Netflix*. Sites de busca na internet também foram referidos, com o objetivo de pesquisa e *downloads* de filmes. Como formas de se informarem sobre os filmes, foram citados, especificamente, o *Omelete* e o aplicativo *uTorrent*, para baixar filmes gratuitamente. Os dispositivos citados para assistir aos filmes foram: computador, televisão e telão.

A rejeição aos filmes premiados pelo *Oscar* também aparece no grupo de menor capital cultural, mas por motivo diferente: “Eles lá [o *Oscar*], eles têm um raciocínio diferente de nós”, afirma um pintor, ao enfatizar que o júri especializado observa aspectos que não são os que o interessam: “[...] nós gosta de vê ação, gosta de vê o negócio 'pá, pá!', eles já fica olhando o que que o ator tá falando... tá ligado? O jeito que ele tá falando...” (depoimentos concedidos em dinâmica de grupo focal para a pesquisa).

No momento em que emerge a crítica aos filmes premiados, os mesmos são julgados como “mortos” e que “dão sono”, afirmações que mobilizam o grupo todo, e citam, como exemplos, os premiados *Central do Brasil* e *E o vento levou*. Indicam a “preferência” por filmes internacionais, “com ação”, e por filmes que possam assistir com os filhos no cinema, como o infantil *Sonic*, além daqueles baseados em fatos reais e com forte sabor emocional, que “rancô lágrima”, sendo citados *O quarto de Jack*, *Cidade de Deus* e *Carandiru* no primeiro caso; e *Forest Gump*, *Sete vidas* e *Ghost*, no segundo. Dentre os filmes de ação, que mobilizaram bastante o grupo, foram citados: *Os mercenários* e *Velozes e furiosos*.

Como apontam Bourdieu e Darbel (2003), ao discutirem os diferentes critérios que orientam o gosto legítimo e o gosto popular, os primeiros operam com o “código propriamente artístico”, que remete mais à representação do que à coisa representada, percebendo a

[...] obra de arte de maneira propriamente estética, ou seja, enquanto significante que nada significa, além dele próprio, consiste em evitar considerá-la, como se diz às vezes, “desligada de tudo, do ponto de vista emocional ou intelectual, salvo dela mesma” [...] identificar seus traços estilísticos distintivos, colocando-a em relação exclusiva com o conjunto das obras que constituem a classe da qual faz parte (Bourdieu e Darbel, 2023: 73).

Em contrapartida, os critérios que orientam o gosto popular, pautam-se em “códigos derivados da experiência cotidiana”, mais preocupados com a coisa representada em si.

No lado oposto, o gosto das classes populares define-se, à maneira do que Kant descreve na Crítica da faculdade do juízo sob o nome de “gosto bárbaro”, pela recusa ou pela impossibilidade (conviria dizer a recusa-impossibilidade) de operar a distinção entre o que agrada e o que dá prazer e, de forma mais geral, entre o “desinteresse”, única garantia da qualidade estética da contemplação e o “interesse dos sentidos” que define o agradável ou o interesse da Razão: ele exige que toda imagem desempenhe uma função, nem que fosse a de signo; ora, essa representação “funcionalista” da obra de arte pode basear-se a recusa da gratuidade, no culto ao trabalho ou na valorização do “instrutivo” (por oposição ao “interessante”) e, também, na impossibilidade de situar cada obra particular no universo das representações, por falta de princípios propriamente estilísticos (Bourdieu e Darbel, 2003: 73-74).

Desprovidos dos recursos necessários para a leitura dos códigos artísticos, os interlocutores oriundos dos estratos ocupacionais inferiores são impossibilitados de se apropriarem dos aspectos formais e internos à obra e formulam seus julgamentos, como sinalizaram Bourdieu e Darbel (2003), a partir de elementos externos a ela e ligados ao seu cotidiano.

Quando não recebeu da família ou da escola os instrumentos, que somente a familiaridade pode proporcionar, está condenado a uma percepção da obra de arte que toma de empréstimo suas categorias à experiência cotidiana e termina no simples reconhecimento do universo representado: com efeito, o espectador desarmado não pode ver outra coisa senão as significações primárias que não caracterizam em nada o estilo da obra de arte, além de estar condenado a recorrer, na melhor das hipóteses, a “conceitos demonstrativos” que, de acordo com a observação de Panofsky, limitam-se a apreender e designar as propriedades sensíveis da obra. (Bourdieu e Darbel, 2003: 79).

Séries e filmes são assistidos em casa pelas plataformas de *streaming*, as quais, no grupo supracitado, são apenas *Globoplay* e *Netflix*. Programas da televisão aberta, principalmente telejornais e telenovelas, são assistidos na plataforma *Globoplay*, em horários alternativos. Vale destacar a menção ao chamado “gatonet”, prática ilegal na qual compartilham a assinatura do *streaming*, acessam canais ou baixam os filmes em conexões pirateadas.

Durante a conversa sobre filmes e séries de televisão, evidencia-se – assim como percebido no discurso sobre outros produtos culturais, como a música – a falta de repertório, sendo o que é dito muito impreciso e vago, com vários lapsos e pausas na conversa, revelando dificuldades para lembrar nomes de atores, filmes e séries. O pintor, ao mencionar as séries que assiste, cita: “*La casa de papel* e *Uóquin deti...*”, e a costureira corrige: “*Walking dead*”, ambas exibidas pela *Netflix*. Na mesma linha, a costureira tenta mencionar o nome da série *The good place*, exibida na *Globoplay*: “Ah, eu assisto quando a minha filha assiste [...] ela tem uma série lá que ela assiste, que... Como é que chama? É um povo que morreu e que nem tá lá no céu e nem tá aqui na Terra” (depoimento concedido em dinâmica de grupo focal para a pesquisa). Às dificuldades com as pronúncias e lapsos de memória somam-se os recorrentes *blefes*, momentos em que se evidencia a intenção de se demonstrar um conhecimento que não se tem ou prática que não ocorre na realidade.

Por fim, a análise do material referente aos dois grupos focais extraídos dos estratos ocupacionais inferiores permite indicar a hipótese de que aqueles com mais alto capital cultural foram os mais impactados pela difusão das tecnologias de informação e comunicação e pela ampliação do acesso à universidade. Composto por integrantes que se depararam com as possibilidades de percorrer trajetórias diferentes daquelas comumente percorridas por aqueles que compartilham o mesmo espaço social de origem, esse grupo apresenta maior repertório para acessar buscas na internet, citando ferramentas e *sites* especializados (*uTorrent* e *Omelete*) e referindo com precisão nomes de filmes, atores, atrizes e temas retratados. Dos oito integrantes, cinco ingressaram na universidade, estando um cursando, dois que concluíram e dois que evadiram. Apresentam uma postura constantemente imbuída de crítica social e política, buscando valorizar o próximo e supostamente autêntico, mobilizando a noção de território, como espaço geográfico (bairros da periferia) e simbólico (temas locais e produções realizadas por agentes da periferia).

Em contrapartida, no grupo focal composto por integrantes de mais baixo capital cultural, apenas um ingressou na universidade, e não concluiu o curso. Nesse grupo, os interlocutores não apresentam domínio ou repertório sobre

cinema ou séries e não buscam informações especializadas na internet. Também não demonstram desconforto em apontar como principais motivações para escolherem os filmes assistidos, divertir-se e extravasar as emoções, aliadas à preocupação com as finanças, evidenciada pelas estratégias de pagar menos pela pipoca do cinema, comprando em outros locais ou levando-a de casa, ocultada na bolsa.

### Frações em posições médias

Os grupos relativos ao estrato médio apresentaram gostos e práticas que, de acordo com a estrutura predominante do seu capital – econômico ou cultural –, os aproximaram de frações com estrutura semelhante situadas nos estratos superiores e inferiores. No grupo com maior capital econômico, dentre as atividades desenvolvidas no tempo livre foram mencionadas espontaneamente: a prática de exercícios, a ida a jogos de futebol, viajar, sair para comer, beber, dançar, ou seja, “curtir a vida”, nas palavras de uma das participantes. Já os integrantes do grupo com maior capital cultural declararam frequentar museus, *shows*, teatro, cinema, eventos de grafite e praticar fotografia. Como percebemos, essas disposições os aproximam dos grupos dos estratos mais baixos da população, nos quais também é possível observar a oposição entre diversão *versus* conhecimento.

Alguns apontamentos teóricos dos estudos dos gêneros narrativos aplicados à comunicação permanecem atuais. Embora, nos grupos focais médios, as preferências sobre os gêneros tenham obtido pequeno número de manifestações, foi possível perceber certas diferenças e distinções. No grupo com maior capital cultural foram nomeados como preferidos: o drama, o suspense/terror e a comédia romântica. Por outro lado, entre os gêneros menos apreciados foram mencionados: o “filme de super-herói” (o qual podemos alocar no gênero ação/aventura); o “terror adolescente”, que pode ser entendido como pertencente ao gênero terror/fantástico; e a comédia. A princípio, parece contraditório que a comédia apareça de ambos os lados, o do gosto e o do desgosto. Porém, entre os que se manifestaram sobre a questão, apenas uma participante declarou sua predileção pela comédia, mesmo assim, qualificada como “romântica”, algo muito ligado à feminilidade. Já no polo da rejeição, dos cinco que se envolveram na discussão, quatro afirmaram não gostar de comédia em geral, notadamente a comédia romântica e o pastelão. O desgosto pela comédia fica patente no grupo de maior capital cultural.

Salta aos olhos a oposição clássica entre drama e comédia que tanto na literatura quanto no teatro, passando pela construção da narrativa dos filmes

hollywoodianos, permanece na ficção televisiva. Essa oposição em que a comédia passa a ser considerada, cada vez mais, um gênero menor é concomitante à “civilização dos costumes”, na expressão de Norbert Elias (1990).

Ao longo da Idade Moderna europeia, o drama conhece uma trajetória de ascensão e a comédia de desprestígio. Aos poucos, nas sociedades de corte, as companhias de comediantes itinerantes são substituídas por peças dramáticas. Relegada ao segundo plano pela nobreza, a comédia torna-se um gênero identificado ao *povo*, ao *popular*, ao *vulgar*. O drama assume o lugar da distinção, no sentido de Bourdieu. Trata-se de uma construção narrativa mais densa e complexa que exige mais domínio da língua, maior capacidade de abstração, controle da expressão das emoções etc. O próprio recinto no qual o drama ou a comédia são apresentados tendem a levar o público a recepções mais contidas, no primeiro caso, e mais relaxadas, no segundo, com a expectativa da participação da plateia no espetáculo, por meio do riso ou da gargalhada, da gritaria, do alvoroço e mesmo de imprecações contra os vilões.

Essa característica explica a oposição bem nítida dos grupos focais médios e populares com mais capital econômico do que cultural em sua preferência por lugares onde podem ficar à vontade não apenas para participar de algum evento, como também para comer fora e, até mesmo, para assistir futebol. Dois participantes se referiram ao desconforto de ir a uma ópera, tendo “que ficar sentado quieto”, sem nenhuma emoção. Outro integrante do mesmo grupo explicou como vê a diferença entre dois espaços para se assistir a um jogo de futebol: “Eu já fui assistir jogo no camarote e já fui na arquibancada. No camarote cê não pode tirar a camisa, cê não pode xingar, cê não pode fazer porra nenhuma” (depoimento concedido em dinâmica de grupo focal para a pesquisa). Esse e vários outros depoimentos e práticas situam o grupo médio com baixo capital cultural muito próximo do *ethos* das classes populares, ou seja, ambos buscam diversão, lazer, práticas e lugares que permitam o extravasamento das emoções sem maiores constrangimentos. Por sua vez, os participantes do grupo intermediário com mais capital cultural se manifestaram espontaneamente, e com ampla concordância, contra atitudes consideradas inadequadas por parte do público tanto no cinema quanto no teatro, como falar ao celular, filmar, conversar, comer pipoca ou outras comidas. A crítica não pareceu direcionada ao clássico saquinho de pipoca que acompanha a audiência do filme, mas a uma maneira inconveniente de portar-se nos ambientes onde se exhibe Cultura (com C maiúsculo).

Como vimos, a maioria dos recrutados para o grupo focal intermediário foi composta por pessoas ligadas profissionalmente à produção de arte e cultura. É



esperado, portanto, que se incomodem com quem possa atrapalhar a sua fruição cultural. Por serem grupos extraídos de estratos médios, seu capital cultural vem sendo conquistado com muito esforço, a partir do que Bourdieu denominou de “boa vontade cultural”, o que os faz levar a cultura muito a sério. Pode-se dizer que se percebem como mais distintos, atitude que, conscientemente ou não, tem um viés de classe social.

Sua rejeição à cultura de massa se objetiva também na rejeição aos *shopings centers* como locais próprios para frequentar o cinema. Vários afirmaram, com a concordância dos demais, preferir os cinemas de rua ou “alternativos”, mencionando o Belas Artes e os do Itaú Cultural ou do SESC. Apenas um integrante, não ligado à produção cultural, declarou frequentar as salas de *shopping*. A recusa do massivo é constitutiva das classes médias dotadas de maior volume de capital cultural, ainda mais quando são compostas por artistas/artesãos, professores ou técnicos ligados a alguma linguagem artística, como é o caso do grupo aqui considerado. Nem mesmo para levar os filhos, a ida ao *shopping* foi citada. Nesse grupo, três mulheres mencionaram ter filhos, mas durante a discussão sobre as práticas culturais, as crianças não foram mencionadas.

É provável que os estratos médios com mais capital cultural tenham mais autonomia, contando com recursos como babás, *baby sitters* etc., os quais lhes permitem transformar seu gosto em prática. Para eles, o momento de lazer e fruição cultural é uma realidade e, a julgar pela discussão em grupo, é bastante valorizado, não apenas em relação ao que se consome, mas, também, com referência às maneiras de consumir, como diria Bourdieu. Buscam se informar sobre os melhores filmes e séries em *sites* especializados da internet, hospedados no *Google*, no *Youtube* ou no *Instagram*, e os assistem por meio de plataformas como *Netflix*, *Amazon Prime*, *Mubi* e *Globoplay*. No estrato citado, um terço ( $\frac{1}{3}$ ) dos participantes acompanhavam, então, a novela *Pantanal*<sup>12</sup> e o seu traço mais distintivo em relação a outros grupos recaiu sobre o fato de afirmarem preferir filmes legendados, que permitem analisar de fato a performance dos atores.

Ao contrário do estrato médio de maior capital econômico, os respondentes pertencentes ao estrato intermediário dotado de mais capital cultural, ao se referirem ao teatro, por exemplo, não se sentem incentivados a ver uma peça por ter um ator global no elenco. Manifestam sua contrariedade porque essa celebridade estaria roubando o seu espaço. Mais uma vez, para além da luta

12 Telenovela produzida pela TV Globo e exibida de 28 de março a 7 de outubro de 2022. Adaptada por Bruno Luperi, trata-se de um *remake* da telenovela de mesmo nome, criada e escrita por Benedito Ruy Barbosa e exibida originalmente na Rede Manchete em 1990. À época de realização dos grupos focais, o *remake* estava em exibição com bastante sucesso.

pela sobrevivência no campo da cultura, todas as manifestações do grupo citado revelam um inequívoco ranço de classe apoiado no aparente desinteresse característico do mundo da arte.

### Frações em posições superiores

O audiovisual foi o principal tema espontâneo do grupo profissional superior com mais capital cultural, tendo aparecido também no grupo superior com mais capital econômico, embora com menos centralidade. A discussão foi mais aprofundada no grupo mais dotado de capital cultural, possivelmente, por muitos de seus integrantes terem profissões ligadas à área, como diretor de fotografia de cinema e TV, diretor de filmes, professor e produtor de audiovisual e atrizes. É importante frisar, contudo, que alguns participantes se destacam mais ao falar de cinema, música, teatro, ao passo que outros se sobressaem quando os assuntos são gastronomia e viagem<sup>13</sup>.

No que diz respeito ao audiovisual, tema que nos concerne neste artigo, enquanto a rodada inicial do grupo de maior capital econômico apenas menciona “cinema” como atividade realizada no tempo livre, já nesse primeiro momento o de maior capital cultural evoca “cinema e *streaming*”, já trazendo aspectos qualificadores de tais práticas, como cinema “não-comercial” e nomes de instituições, empresas e localidades como marcadoras das formas de fruir. Quanto às plataformas, evoca-se *Netflix*, *Amazon*, *Globoplay*, *Starplus* e mesmo o termo “todas”, o que aponta para a rotinização desse meio nas práticas desse grupo.

Alguns integrantes do grupo com maior capital cultural mencionaram como preferências o gênero documentário e também demonstram apreço por festivais de cinema, inclusive *on-line*. Citam filmes assistidos recentemente, como *A mão de Deus*, *O homem do Norte*, *A artista e o ladrão*, “o filme da Elis, que é feito com a Andrea Horta” e, de forma mais genérica, “coisas nórdicas”. Há uma integrante, atriz, que afirma reiteradamente que privilegia conteúdo nacional. É o grupo que tem mais repertório, dá mais atenção e mobiliza informações mais detalhadas em sua conversa sobre o tema: nomes das instituições, artistas, obras, anos das obras; e fazem menção a essas informações com “naturalidade”, como se todos conhecessem ou devessem conhecer. Há um esforço de demonstração da incorporação do conhecimento cultural.

Praticamente não se fala de televisão. A única menção é ao *remake* da novela *Pantanal*. As duas mulheres que afirmaram assistir, disseram fazê-lo por

13 Parece haver uma relação com volume de capital econômico e tipo de capital cultural, bem como com a estrutura de capitais. Essa relação, contudo, precisa ser averiguada com outros dados, em processo de coleta.

*streaming*, e não no horário de exibição regular na TV aberta. As principais aversões externadas são o que chamaram de “comédiona”, “*reality show*” e “coisas tipo *soft porn*”, classificação esta destinada a obras como *365 dias*, *50 tons de cinza* e *Maldivas*. Há também menção negativa ao ator Will Smith, como uma forma sintética de expressar aversão.

De forma mais geral, recusa-se o que classificam como “muito parecido” e valoriza-se o que denominam como “diversidade de narrativas, de estéticas, de histórias... problemáticas...”. A busca pelo “alternativo”, raro e desconhecido é a característica mais marcante desse grupo no que diz respeito ao audiovisual: “Circuito mais alternativo”; “coisa escondida do *Netflix*”; “*streaming* antes do *streaming*”. Essa busca se expressa também pela procura por horários, dias e cinemas “alternativos”, o que parece ter relação com os tipos de ocupação, já que vários deles, como já mencionado, trabalham na área da cultura e se ocupam à noite e aos finais de semana.

Outro ponto digno de atenção nas dinâmicas distintivas em torno do audiovisual é que algumas instituições e espaços específicos são citados com naturalidade na fala, como SESC, Centro Cultural São Paulo, Cine Marquise, Belas Artes, Biblioteca Mario de Andrade, SESC Ipiranga, Cine SESC Augusta, SESC Consolação, Instituto Moreira Salles, Cinema Museu Lasar Segall, que conformariam um “circuito mais alternativo”. Embora se evoque as salas Itaú, algumas das quais ficam em *shopping centers*, parece haver uma evitação de cinemas em tais recintos. A menção às salas de cinema promovidas por um banco nacional comumente classificado como uma empresa usada por estratos médios-altos e altos vem acompanhada da justificativa de se pagar meia-entrada por ser correntista do banco: “Na Augusta, nas salas do Itaú, porque também a gente tem conta no banco, cê paga meia, né? Por ter conta no banco... Isso ajuda” (depoimento concedido em dinâmica de grupo focal para a pesquisa).

Isso nos leva a outro aspecto que ganha importância nas práticas e classificações desse grupo, que consiste na construção de distinção a partir da refuta ao econômico, que aparece como avesso. Convites ganhos de amigos artistas, o pagamento da meia-entrada, os preços baixos do SESC e mesmo o recurso à pirataria, remetida ao acesso a obras antes que estejam disponíveis por meios legais, são evocados como parte da rotina de seus integrantes. Pagar caro para consumir cultura não é praxe nesse grupo, o que reflete sua estrutura de capitais, isto é, eles não detêm muito capital econômico comparado ao que têm de capital cultural, porém classificam este último como mais valoroso. Existe um esforço constante de construção do valor cultural a despeito do econômico. Inclusive, em discussões sobre outros temas, o grupo demonstrou aversão a

“pessoas que só têm dinheiro” e externou irritação com pessoas que “não levam cultura a sério”.

Outro aspecto saliente foi o processo de escolha dos veículos ou mediadores pelos quais se informam sobre o que assistir, que mobilizou bastante os participantes, como os trechos abaixo dão a ver:

“É... eu já sei o filme que eu quero ver, antes dele aparecer no... no *streaming*. É sigilo aqui, né? Eu, eu consumo pirataria. Então assim, não espero aparecer às vezes no *streaming*, eu já sei onde eu busco antes dele chegar no *streaming*. Então assim, eu acompanho nos *sites* especializados os filmes que estão passando nos festivais, de certos diretores, então, eu já vou direto nisso. As séries, eu consumo mais por indicação de certos *youtubers*: *Refúgio cult*, tem a... *Redatora de merda* [todos riem], é... *PH Santos* ... Então, eu já tenho os canais que eu sigo, e os *youtubers* viram, eles veem logo, alguns assistem antes de, de... estrear no *streaming*, a plataforma às vezes dá uma semana antes pra eles já assistirem, já fazem a crítica, e aí eu, mais ou menos, já sei que aquele dia vai sair a série e aí eu já vou e assisto a série.”

“Tem esse *feed* de notícias que o *Android* dá, e aí sempre aparece um cara que chama Bula... Eu acho um pé no saco esse negócio de ‘Ah... 10 filmes inesquecíveis...’ Eu acho um pé no saco. Aí eu leio, mas não gosto, não sigo. Acho muito chato... Enfim...” (depoimento concedido em dinâmica de grupo focal para a pesquisa).

Em uma conjuntura de ampliação da oferta de audiovisual, bem como dos intermediários que classificam as produções, parece haver uma distinção no processo de escolha, nos veículos ou instâncias de julgamento e classificação avaliados como legítimos. O processo de escolha parece distinguir tanto ou mais que o próprio bem cultural. A qualidade das recomendações aparece como um elemento que diferencia as escolhas culturais.

O grupo superior com mais capital econômico apresenta muitas diferenças com relação à fração mais culturalizada. A primeira diferença é a centralidade do uso das salas de cinema dentro de *shoppings centers*. Este ambiente se mostra como parte cotidiana da experiência dos integrantes do grupo dotado de maior capital econômico. Ao escolher programas, o grupo externa mais preocupação com a segurança do local e evoca também facilidade de estacionamento para justificar a frequência a *shoppings*, o que indica que sabem da existência de classificações negativas quanto a essa modalidade da prática. Seus deslocamentos pela cidade se fazem de carro, o que não se torna um tema central, mas um

pano de fundo invisível, naturalizado. Consoante a isso, as menções ao discutir sua programação cultural são menos aos nomes de instituições, que muitas vezes aparecem imprecisos, do que à localização dos equipamentos na cidade, por bairros, ruas e avenidas, cruzamentos. O conhecimento íntimo, incorporado, da cidade, como motoristas, parece um saber valorizado.

Ao mesmo tempo, esse grupo externa dificuldade com nomes de instituições, obras e artistas. Inicialmente, isso é enunciado em tom cômico como característica pessoal: “Sou péssima para nomes, vocês vão ter que me ajudar”. No decorrer do grupo focal, percebe-se que tal dificuldade se trata de um aspecto do grupo: “Nós somos tudo ruim de memória, de nome...”, o que também se enuncia com jocosidade. O tom de humor parece ser um recurso utilizado para escaparem do constrangimento da falta de conhecimento, repertório ou incorporação. Ao mesmo tempo, diferente do que ocorre com participantes em posições menos dominantes, isso não é acompanhado por expressões corporais, comportamento deflagrante do que Bourdieu chama de *vergonha de si*. O déficit em capital cultural parece ser compensado pela posse de outros capitais, em especial o econômico e as práticas a ele associadas, dando lugar a expressões nítidas do reconhecimento da legitimidade de certos bens materiais e práticas culturais de forma menos pesarosa do que nos grupos em que o capital econômico não age como contrapeso.

Imputar a outra pessoa próxima a escolha por bens considerados menos legítimos também é recorrente nesse grupo e aparece como um indício de legitimidade, de (re)conhecimento das hierarquias culturais. Além disso, a dimensão de gênero ficou explícita:

“Eu gosto de filme denso, de coisa complexa, agora, por exemplo, minha mulher, qualquer coisa que não seja um filme água com açúcar, ela dorme ou ela... se... porque aí assiste, fala, não... fica ‘vamos jantar agora’, ‘vamo num sei quê...’” (depoimento concedido em dinâmica de grupo focal para a pesquisa).

No grupo superior com mais capital econômico, a diferenciação de programas com e sem filhos, com e sem cônjuge aparece como mais importante em comparação com a fração com mais capital cultural. Naquele grupo, o número de participantes com filhos é maior. Apenas três não têm filhos, ao passo que no grupo de maior capital cultural, apenas três têm filhos. Para os menos dotados de capital cultural, parece haver preferência por programas que se pode fazer com filhos aos finais de semana. Na reunião desse grupo, cinema e teatro

se misturam nas falas e aparecem como intercambiáveis. O repertório de teatro, de certo tipo de teatro, parece maior que o de cinema. Expressa-se gosto por musicais, como *Fantasma da Ópera*, *Família Adams*, *O Rei Leão*, *A Bela e a Fera*, *Cats*: “Esse final de semana fomos assistir A Bela e a Fera. Uma graça, muito bacana. É um jantar, e aí você tem direito a consumir e ver... No Morumbi; no *shopping*. Muito bom!” (depoimento concedido em dinâmica de grupo focal para a pesquisa). Para eles, a principal aversão é pelos monólogos. Não se discutem aspectos específicos das obras, mas menciona-se que atores famosos “fazem diferença na escolha, não adianta negar”.

Para esse grupo de menor capital cultural, o audiovisual, tal como a oferta cultural de forma mais geral, aparece, em grande medida, como entretenimento.

### Considerações finais

O que se evidencia na análise dos gostos e práticas manifestados pelos integrantes dos seis grupos focais é a importância que assume, na sua diferenciação, a posse de maior capital cultural do que econômico. Tanto é assim que o consumo de audiovisual apresenta várias semelhanças entre as frações culturalizadas de estratos superiores, médios e inferiores. Ao mesmo tempo, o capital cultural distingue as frações do mesmo estrato. Logo, se o volume de capital diferencia os estratos, a estrutura dos capitais opõe frações intra-estratos e aproxima frações interestratos.

Diante disso, nossa pesquisa constata a atualidade da pertinência do capital cultural na construção de proximidades e distâncias, isto é, da tese de *A distinção* de Pierre Bourdieu. Nessa direção, todas as frações com menor capital cultural consomem audiovisual como entretenimento, passatempo e diversão, ao passo que as que concentram mais dessa espécie de capital fruem mais explicitamente do audiovisual, seja para aumentar conhecimentos específicos, seja para cultivá-lo de modo mais amplo. Há uma seriedade com que se engajam no tema. Estamos, pois, diante de diferentes disposições à cultura.

Uma diferença que aparece entre estratos, inclusive entre frações com mais capital cultural, é a diferença entre gosto e prática, especialmente vinculada à participação dos filhos no consumo de audiovisual. Nos estratos superiores dotados de maior capital cultural, o gosto por audiovisual tende a coincidir com as práticas, uma vez que o tempo dedicado ao consumo audiovisual lhes pertence individualmente, isto é, não é dividido com os filhos. Ao menos, os filhos não aparecem como móveis de gostos e práticas. Na fração superior com maior capital econômico, uma pessoa fala sobre levar os filhos ao cinema ou teatro para

se divertirem. Nos grupos médios, não se faz menção a crianças no que toca a essa prática específica, enquanto nos estratos mais baixos, o consumo audiovisual é praticamente dominado pelo gosto das crianças. Em grande medida, isso coincide com o uso do tempo livre apontado pelas classes populares de baixo capital econômico e cultural, cuja opção mais evocada para os finais de semana é levar os filhos aos *shoppings centers* para brincar, comer e ver filmes. No mesmo estrato, contudo, também os que têm mais capital cultural afirmaram acessar o audiovisual para ampliar o conhecimento, seu e dos filhos. De forma mais geral, a centralidade adquirida pela criação dos filhos distingue as diferentes frações com mais capital cultural entre si. A propósito, há uma diferença quantitativa importante entre estratos e frações quanto às menções aos termos *filho*, *filha*, *filhos*, *criança* e *crianças*. Os grupos inferiores são os que mais os mencionam. Ao longo de toda a sessão do respectivo grupo focal, são 77 menções pela fração com mais capital cultural e 69 pelos mais despossuídos dos dois tipos de capital. Entre os grupos médios, os que têm mais capital cultural evocam os termos 49 vezes e os que têm mais capital econômico, apenas 30. Já nas posições superiores, a fração com mais capital econômico enuncia as expressões 60 vezes e a que tem mais capital cultural o faz 37 vezes.

A necessidade de contemplar as crianças é uma – não a única – das razões que explicam a diferença entre os locais preferidos para o consumo audiovisual. Enquanto os dotados de menor capital cultural preferem os cinemas de *shopping*, os mais culturalizados procuram se afastar deles. Nos estratos médios, a rejeição ao *shopping* e a suas salas de cinema foi explícita, recaindo sua predileção por salas independentes como Belas Artes, Cine SESC, Itaú Cultural etc. Já nos grupos superiores, além destes, foram citados locais mais distintivos, como as salas de cinema da Biblioteca Mário de Andrade, do Instituto Moreira Salles e Museu Lasar Segall. Diante disso, é importante lembrar, como mostram os mapas da Introdução deste artigo, a distribuição desigual dos diferentes estratos sociais no espaço geográfico da cidade. Enquanto os mais de cinquenta *shopping centers* da cidade se espalham por todas as suas regiões, as salas de cinema *alternativas* estão concentradas no que se convencionou denominar *centro expandido*, o que abrange a própria zona central e parte das zonas Oeste e Sul da cidade. E, para além do distanciamento geográfico, o conhecimento da existência dessas outras ofertas culturais também é restrito. A adesão ou rejeição aos cinemas de *shopping* evidencia o distanciamento da necessidade, neste caso, necessidade reprodutiva, e a possibilidade do acesso a um consumo mais raro, propiciado não apenas pelo capital econômico, mas, sobretudo, pelo capital cultural.

Embora não tenha sido discutida em profundidade nos grupos focais, a preferência ou a rejeição em relação a certos gêneros narrativos pode ser vislumbrada. Os locais escolhidos para se ver um filme também contêm uma indicação. Em geral, as salas de *shopping* exibem os chamados *blockbusters*, produções milionárias, com alto investimento em *marketing* e baseadas em gêneros como ação/aventura, terror/fantástico, alternados com produções mais baratas, mas bastante rentáveis, como as comédias, românticas ou adolescentes, além do cinema infantil, uma enorme fonte de receitas para produtoras do mundo inteiro. Evitar os cinemas de *shopping* significa se distanciar desses gêneros mais massivos, em busca do que os dotados de maior capital cultural em todos os estratos econômicos identificam como “alternativo”. Nos grupos superiores, foi mencionado o gosto pelo documentário, por filmes densos e complexos, e a aversão à “comédiona”. Nos grupos médios, em termos de gênero, opõe-se o drama à comédia, sobretudo, romântica ou pastelão. Como vimos acima, a comédia é considerada um gênero mais popular ou até mesmo *popularesco*<sup>14</sup>. Nos estratos mais baixos, não há referência a gêneros ou tipos de filmes, mas entre os que adquiriram mais capital cultural, aparece a crítica ao que é consagrado pelo *Oscar*, visto como questão de *marketing* e de classe. Mais politizados, eles valorizam a produção cultural da “periferia” e, como em outras práticas culturais, manifestam interesse nesse “território”.

De uma forma ou de outra, a construção de um universo marcado por práticas distintivas emerge em todos os grupos dotados de maior capital cultural: eles não gostam do que é comum, daquilo que é “muito parecido”, que é “padrão”, que “está na moda”, querem algo “não comercial”. Buscam o “alternativo” ou, mais ainda, o que “ninguém sabe”. Não apenas o que assistem, mas o modo como o fazem os distingue. As distinções em relação aos modos de aquisição ocorrem tanto em relação ao cinema quanto no que se refere às plataformas de *streaming*. Como vimos, a pandemia de Covid-19 reforçou enormemente o consumo audiovisual via internet, de modo que todos os grupos o acessam dessa forma. Os de menor capital econômico, porém, não assinam vários canais de *streaming*. Por isso, os mais mencionados são sempre *Globoplay* e *Netflix*, os mais conhecidos. Além disso, um participante confia a prática do conhecido “gatonet”. À medida que aumenta o capital econômico, aumentam também

---

14 Embora não tenhamos elementos suficientes para explorar esse aspecto específico aqui, os achados de nossa pesquisa apontam para a pertinência das diferentes classificações da comédia como um diferenciador cultural importante, tal como desenvolvido por Sam Friedman (2011).



as plataformas citadas, culminando nos estratos superiores, onde chega-se à menção do acesso a “todas” elas.

No entanto, o mais distintivo não reside no número de veículos de *streaming* aos quais têm acesso, mas na maneira como se informam sobre essas plataformas e como escolhem o que assistir na sua interminável lista de filmes e séries. Todos fazem suas buscas em *sites* especializados, mas é possível perceber distinções nos grupos dotados de maior capital cultural, mesmo nas frações inferiores. Nestas, surgiu a informação de consulta ao *site Omelete* de cultura pop e do uso do *software uTorrent* para baixar gratuitamente filmes, séries, músicas etc. Nos grupos intermediários foi citado o *Mubi*, repositório de filmes clássicos, retrô, entre outros “fora do *mainstream*”. Finalmente, nos grupos superiores, percebemos um nível de exigência maior na escolha dos seus influenciadores, com a citação de nomes pouco conhecidos. Um participante deste grupo, ligado ao meio artístico, afirmou gostar de “coisas escondidas na *Netflix*” ou de ficar sabendo delas antes do lançamento na plataforma. O depoimento é elucidativo: nada pode ser mais raro e, portanto, mais distintivo, do que conhecer o desconhecido, saber o que ninguém sabe, ou saber antes dos demais. Como bem explicou Bourdieu (2007), a distinção é também um avanço no tempo.

**AGRADECIMENTOS:** Agradecemos à Agência de Fomento à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) pelo financiamento do Projeto Temático Fapesp 18/20074-2 “Para além da distinção: gostos, práticas culturais e classe em São Paulo”, que dá origem a este artigo, bem como aos demais pesquisadores do projeto pelas contribuições coletivas às reflexões aqui apresentadas.

## Referências

- ATKINSON, Will. *Class in the New Millennium: The Structure, Homologies and Experience of the British Social Space*. Nova York, Routledge, 2017.
- BENNETT, Tony *et al.* *Culture, class, distinction*. Londres, Routledge, 2009.
- BOURDIEU, Pierre. *Razões práticas: sobre a teoria da ação*. Campinas, Papirus, 1996.
- BOURDIEU, Pierre. *A distinção. Crítica social do julgamento*. São Paulo, Edusp; Porto Alegre, Zouk, 2007.
- BOURDIEU, Pierre. Espaço físico, espaço social e espaço físico apropriado. *Novos Estudos Cebrap*. São Paulo, v. 27, n. 79, 2013, pp. 133-144.
- BOURDIEU, Pierre e DARBEL, Alain. *O amor pela arte: os museus de arte na Europa e seu público*. São Paulo, Edusp, 2003.
- COULANGEON, Philippe e DUVAL, Julien (Orgs.). *Trente ans après La Distinction de*

- Pierre Bourdieu*. Paris, La Découverte, 2013.
- ELIAS, Norbert. *O processo civilizador*. Uma história dos costumes. Rio de Janeiro, Zahar, 1990.
- FRIEDMAN, Sam. The cultural currency of a 'good' sense of humour: British comedy and new forms of distinction. *The British Journal of Sociology*. [On-line], v. 62, n. 2, 2011, pp. 347-370.
- GONDIM, Sônia Maria Guedes. Grupos focais como técnica de investigação qualitativa: desafios metodológicos. *Paidéia*. [On-line], v. 12, n. 24, 2002, pp. 149-161.
- MORGAN, David L. *Focus group as qualitative research*. Londres, Sage Publications, 1997.
- PULICI, Carolina Martins. O charme (in)discreto do gosto burguês paulista: estudo sociológico da distinção social em São Paulo. Tese de doutorado, Sociologia, Universidade de São Paulo, 2010.
- PULICI, Carolina Martins. Gosto dominante como gosto tradicional. Preferências e aversões estéticas das classes altas de São Paulo. *Novos Estudos Cebrap*. São Paulo, v. 91, julho 2011, pp. 123-139.
- WACQUANT, Loic. Poder simbólico e fabricação de grupos: como Bourdieu reformula a questão das classes. *Novos Estudos Cebrap*. São Paulo, v. 96, jul. 2013, pp. 87-103.
- WACQUANT, Loic. *Bourdieu in the City: Challenging Urban Theory*. Wiley, 2023.

Recebido em: 18/03/2023

Aprovado em: 15/09/2023

### **Como citar este artigo:**

- MIRA, Maria Celeste; CASTRO, Ana Lúcia de; MICHETTI, Miqueli. Dinâmicas distintivas em torno do consumo audiovisual na cidade de São Paulo. *Contemporânea – Revista de Sociologia da UFSCar*, v. 13, n. 2, maio - agosto. 2023, pp. 391-416.