

A massa crítica da cultura

Basta ver as filas que se observam nalgumas exposições e eventos para comprovar que houve um aumento das práticas culturais em Espanha no último meio século. Mas ter-se-ão ampliado as bases sociais, alargado as práticas a novos públicos, reduzindo diferenças prévias? Foi isto o que se propôs estudar Antonio Ariño, catedrático de sociologia da Universidade de Valência, através de um percurso pelos inquéritos e estatísticas culturais desde o início dos anos sessenta.

No seu livro “Prácticas culturales en España” (Ariel, Barcelona, 2010) Antonio Ariño analisa as mudanças no período 1964-2009. A data de partida corresponde à do primeiro inquérito do Instituto da Opinião Pública sobre os meios de comunicação. Desde essa altura, os inquéritos sobre práticas culturais sucederam-se com regularidade até agora, embora nem sempre se tenham abordado os mesmos temas nem partido das mesmas premissas. Apesar de tudo, a série de dados é significativa e proporciona informação suficiente para tirar conclusões sobre os últimos quarenta anos.

A mudança mais significativa deste período é a irrupção do audiovisual numa cultura até então fundamentalmente baseada na escrita em papel. Ariño defende que a ascensão do audiovisual transforma radicalmente a cultura: produz um deslocamento dos espaços onde se adquire; transforma o modo de lhe aceder e a sua difusão; e modifica a própria definição de cultura e, por isso, do estatuto cultural.

Do consumo familiar ao personalizado

Para apreciar a magnitude da mudança, deve ter-se em conta que, em 1968, apenas 38% dos lares tinham televisor e 19%, telefone fixo. Em 2010, a imensa maioria dispõe de diversos receptores, 92% de telemóvel e cerca de 70% de algum tipo de computador. Numa primeira fase, houve a incorporação de aparelhos de rádio, televisão e de telefone, até alcançar uma cobertura próxima da saturação; estes três equipamentos constituem a primeira configuração da *domus conexa*. A partir de então, o consumo cultural começa a encontrar no lar o seu espaço principal de realização.

Numa segunda fase, a multiplicação de canais e o uso dos comandos à distância gerou um primeiro processo de individualização do consumo. Esta individualização teve um

salto qualitativo com a introdução dos computadores, Internet, telemóvel e restantes aparelhos electrónicos: surge a cultura do quarto (cada qual disfruta das suas práticas favoritas na sua própria habitação) e a cultura nómada (os aparelhos acompanham o indivíduo e permitem a prática onde se encontra a pessoa).

Este processo permite um extraordinário desenvolvimento da personalização dos consumos, da constituição deliberadamente seleccionada de repertórios próprios de música, cinema, leitura.

O maior equipamento dos lares e a elevação do nível educativo em geral facilitou a difusão das práticas culturais, mesmo que, no *ranking* de actividades culturais, se mantenham grandes diferenças entre as de difusão muito elevada, como ouvir música ou ir ao cinema, e as de difusão minoritária, como ir a concertos de música erudita (ver quadro).

Que lêem eles e elas

O percurso pelos dados das práticas de leitura dá-nos um balanço ambivalente: por um lado, houve um incremento das taxas gerais de leitura e, especificamente, de leitura de livros, aumentou igualmente de modo significativo a percentagem de mulheres que lêem e a visita a bibliotecas converteu-se numa prática habitual; mas também se observa que o alcance desta mudança é limitado.

Por outro lado, a leitura especializou-se e tem um marcado perfil profissional; quanto à leitura de carácter lúdico, relaciona-se directamente com o capital escolar: o nível educativo é a variável mais determinante das taxas de leitura.

Também são visíveis grandes disparidades nas taxas de leitura de diversos meios em função da idade e sexo: a leitura da imprensa diária tem um predomínio masculino, enquanto que, na leitura de revistas, as mulheres fazem-no mais; o leitor maioritário da imprensa diária situa-se nas idades dos 45 aos 54 anos.

Quanto ao tipo de leitura em função da variável sexo, surgem notórias diferenças. A leitura de romance é mais habitual entre as mulheres (53% de mulheres e 45% de homens). Apresentam um perfil mais feminino que masculino a leitura de poesia, os livros de cozinha e os de contos e relatos curtos e, sobretudo, o romance sentimental (19,9% das mulheres) que é

Ranking de actividades culturais segundo grau de difusão (%)

Grau de difusão	Actividade	2003	2007
Difusão alta/muito alta (em 2007, faziam-no 70% e pode chegar aos 90%)	Ouvir música	86,2	87,9
	Ler jornais e revistas	69,7	77,2
	Ir ao cinema	62,1	75,3
Difusão média (faziam-no em 2007, entre 50% e 69%)	Ver vídeo	51,7	63,6
	Ir museus e monumentos	37,1	64,2
	Ler livros	49,1	57,7
Difusão média baixa (faziam-no em 2007, entre 30% e 49%)	Ir música ao vivo	32,5	51,6
	Ir ao teatro	31,9	44,8
Difusão minoritária (faziam-no em 2007, menos de 29%)	Utilizar o computador	31,3	46,5
	Ir a bibliotecas	24,5	32,4
	Práticas de <i>amateur</i>	24,5	-
	Espectáculos desportivos	20,0	-
	Visitar a casa da cultura	14,1	-
	Concertos música erudita	13,3	24,5
	Ir conferências	9,3	-
Ir touradas	8,6	-	
Ir <i>ballet</i>	8,3	19,2	
Praticar artes plásticas	7,7	9,2	
Ir ópera	5,7	13,3	
Ir circo	4,8	-	

Fonte: Elaborado pelo autor

quase exclusivamente feminino. Pelo contrário, são mais claramente masculinos o ensaio (minoritário em qualquer caso: 8,2% de homens e 5,6% de mulheres), o romance de aventuras e a ficção científica, enquanto se encontram numa posição de maior equilíbrio o romance histórico e as biografias.

A prática da leitura não diminuiu, pois lê-se hoje mais do que antigamente, mas a sua importância relativizou-se, visto ter-se convertido numa habilidade instrumental, e perdido o exclusivo da cultura que agora partilha com os outros meios de comunicação.

Maiorias e minorias culturais

Há práticas que sempre existiram e serão minoritárias por razões de produção, espaço ou custo (ópera, *ballet*, concertos...), e, conseqüentemente, serão encaradas como práticas elitistas. Outras práticas encontram-se ao alcance de toda a população.

A prática da audição musical generalizou-se e banalizou-se. Se noutros tempos tinha um público maioritariamente jovem, agora a audição de música, sem perder o predomínio juvenil, ampliou-se e conta com um público maioritário de idades compreendidas entre os 15 e os 64 anos. Mas a assistência a concertos de música erudita, embora tenha conhecido um incremento do seu público, continua a ser minoritária; o seu público é fundamentalmente adulto e possui características que se diferenciam.

Ir ao cinema é uma prática que cresceu nos últimos trinta anos, experimentando, além disso, uma mudança sociológica significativa. O público, que antes era principalmente jovem, ampliou a base, sendo mais de 50%, espectadores de idades entre os 35 e os 54 anos. A base não só aumentou na idade, como no nível cultural. Agora é uma prática universal, à qual têm acorrido audiências de todos os níveis culturais, muito em especial universitários.

A visita a museus constitui uma prática em clara ascensão, algo que se relaciona directamente com a escolarização e com a organização das férias. Provavelmente devido à necessidade de deslocação e pelo esforço físico que ela exige, o público mais idoso é extremamente minoritário, predominando o público jovem ou de adultos recém-chegados a esta idade, tanto homens como mulheres. O perfil dominante integra casais que não têm filhos ou cujos filhos têm idades inferiores a 18 anos.

O teatro também é uma prática equilibrada que aumentou, sobretudo no sector jovem. Tem um topo de audiência nas idades situadas entre os 15 e os 24 anos. E a ida às touradas, a "festa nacional", só abarcava, em 2003, 8,6% da população.

O nível educativo marca distâncias

O inquérito de 2006-2007 sobre práticas e hábitos culturais mostra que os índices de menor consumo cultural se

encontram nos grupos de idade avançada. Isto é especialmente significativo em práticas relacionadas com deslocações para fora do lar (visita a museus, ir ao cinema, ao teatro ou a concertos), pois a maior dependência dificulta a realização de determinadas actividades. Por isso, são os mais idosos os maiores consumidores de televisão. No entanto, é importante sublinhar que uma percentagem superior a 30% dos maiores de 74 anos escuta música diariamente e percentagens superiores a 20% lêem imprensa e livros por gosto.

O capital educativo adquirido, como já foi referido, desempenha o papel mais importante e estabelece as maiores diferenças; além disso, ter estudos universitários estabelece uma distância e marca uma diferenciação.

Também parece que a variável sexo influencia certas práticas: ir às touradas, ler imprensa, ir ao cinema, têm um perfil mais masculino; ler livros e ir ao teatro e ao *ballet*, têm um perfil mais feminino. Já ter filhos menores de 18 anos, condiciona realizar certas práticas e impulsiona outras.

Outros factores de relevância são os seguintes: a relação entre determinadas etapas do ciclo vital e a profissão, o lugar de realização da actividade. O facto de a pessoa ter de se deslocar e pagar custos ou, pelo contrário, a prática poder realizar-se em casa ou em qualquer lugar onde ela se encontre, modifica significativamente os resultados. As diferenças entre a audição de música e ir ao cinema são claras e relacionam-se com a idade, tal como se pode apreciar uma relação entre a profissão e as práticas culturais e de lazer.

Sair de casa custa

A generalização nos lares de aparelhos de rádio e de televisão integra a ascensão irresistível da produção audiovisual e, portanto, leva à modificação das condições de acesso à informação e cultura. A letra impressa não é a única manifestação de cultura. Transformam-se as práticas culturais, as modalidades de consumo e os conteúdos, de modo a encontrar o mínimo denominador comum para maximizar as audiências.

Mas, assistir a práticas culturais em espaços externos, especialmente as chamadas práticas de alta cultura, continua a ser reduzida e é determinada por variáveis como o nível educativo, a profissão e os rendimentos, ou seja, variáveis de classe e de estatuto.

Na democratização cultural, quase todas as práticas culturais onde há informação comparável aumentaram o volume de praticantes, mas as práticas de “alta cultura” eram minoritárias e são-no.

A audição musical é a prática que conheceu a expansão mais extra-ordinária nas décadas recentes, tanto na audição em directo como mediada, embora ir a salas para escutar música erudita continue a ser uma prática de diferenciação social. A oferta musical cresceu imenso e as formas de consumo são mais variadas. É assim, ainda que se possa perguntar se ligar a rádio ou o leitor de mp3 será ou não actividade cultural.

Percentagem da população que realiza a prática	1978	1985	1990	2002- 2003	2006- 2007
Leitura de livros não relacionados com a profissão (leram no último mês)				37,6	42,8
Leitura diária de imprensa	22		29,6	30,3	37,3
Leitura de revistas (pelo menos uma vez por mês)				38	40,6
Ir a bibliotecas (no último ano)				20	17,6
Ouvir música (diariamente)	8,4		24,1	48,8	66,3
Tocar instrumentos musicais	5,8	6	8,5	4	5,9
Praticar artes (pintura, cerâmica)		7	11,2	7,7	9,2
Ir a museus (no último ano)				27,4	31,2
Ir ao teatro (no último ano)				23,7	19,1
Ir à ópera (no último ano)			1,2	3	2,7
Ir ao <i>ballet</i> (no último ano)		4	1,5	4,6	5,1
Ir ao cinema (no último ano)				55,6	52,1
Ir a espectáculos musicais ao vivo (no ano)				24,9	26,4
Assistir a concertos de música erudita (no ano)				8,4	8,4
Circo			5,1	4,8	-
Touradas			8,5	8,6	-

Fonte: Elaborado pelo autor

Uma correspondência entre actividades culturais e algumas variáveis sociais mostra que não há um estrito paralelismo: sem minimizar uma influência do meio, as práticas culturais não se organizam só no eixo vertical culto-popular. Há outros critérios e factores de diferenciação, como a distinção entre modernidade e tradição, gostos femininos e masculinos, etc.

Viu-se que o nível educativo tem uma significativa capacidade de diferenciação. Portanto, é de pensar que a principal política cultural para favorecer o acesso aos bens, recursos e serviços culturais é uma boa política educativa.

F. G.-D.

Mudanças nos perfis do público

Leitura de livros não profissional: aumento generalizado, predomínio feminino, mais alto em universitários.

Leitura diária de imprensa: perfil adulto, aumenta o predomínio masculino.

Ouvir música: grande aumento, predomínio juvenil.

Ir ao cinema: grande crescimento, predomínio de estudantes.

Visitar museus: aumento generalizado, certo predomínio juvenil.

Ir ao teatro: cresce na juventude, feminização.

Concertos de música erudita: envelhecimento, ligação directa com os estudos.

Ópera: gerações adultas, universitários.

Zarzuela: público adulto.

Ballet e dança: perfil feminino, cresce na juventude.

Circo: perfil familiar.