

ALGUMAS REFLEXÕES SOBRE OS PÚBLICOS DAS ATIVIDADES CULTURAIS

Isaura Botelho¹

RESUMO

O presente texto faz uma reflexão sobre a questão dos públicos das atividades culturais, percorrendo o trajeto contemporâneo das matrizes que vêm contribuindo para a evolução das discussões acerca do tema. Democratização do acesso à cultura e Democracia Cultural são os dois paradigmas que presidiram as políticas culturais a partir dos anos 60 do século passado. Políticas de oferta e políticas de demanda. Do pressuposto de superação das desigualdades de acesso à cultura erudita, passa-se à consideração de todos os segmentos sociais e suas manifestações, levando em consideração a existência de várias culturas e que não existe um público uno e homogêneo. O “desejo por cultura” não é inato. Disseminação das pesquisas sobre práticas culturais e o desvelamento das lógicas que as presidem. O advento das Tecnologias de Informação e Comunicação — TICs — muda radicalmente o panorama das interações com o mundo não virtual. O que altera as práticas culturais realizadas na Internet.

Palavras-chave: Públicos. Democratização. Democracia Cultural. Tecnologias de Informação e Comunicação.

ABSTRACT

The present text develops my reflections on those questions referred to the different audiences of cultural activities, accounting for the present itinerary of the matrixes that have contributed to the evolution of the debates on this topic. Democratization of the access to culture and Cultural Democracy are the two paradigms that have oriented the cultural policies since the 1960's. Both policies that concern offer and policies that concern demand. From the presupposition of the overcoming of the inequalities of access to high culture, there has been a move to the concern for all social segments and their manifestations, taking in consideration the existence

1 Doutora em Ação Cultural pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, se dedica a pesquisas sobre hábitos e políticas culturais. Atua na qualificação de gestores culturais, coordenando cursos de especialização e de aperfeiçoamento nessa área. Entre suas publicações estão os livros *Romance de formação: Funarte e política cultural 1976–1990* (Edições Sesc, 2021) e *Dimensões da Cultura: políticas culturais e seus desafios* (Edições Sesc, 2022). E-mail: zau.botelho@gmail.com

of a variety of cultures and the fact that a unified and homogeneous public does not exist. The “desire for culture” isn’t innate. Dissemination of research on cultural practices and the uncovering of the logics that sustain them. The advent of the Technologies of Information and Communication — TIC — radically changes the panorama of the interactions with the non-virtual world. What changes in the cultural practices developed on the Internet.

Keywords: Publics. Democratization. Cultural Democracy. Information and Communication Technologies.

A questão dos públicos das atividades culturais vem assombrando, ao longo dos anos, principalmente os gestores de equipamentos culturais. Salas vazias e outras formas de desinteresse são um dos pesadelos habituais na vida destes profissionais. É o que justifica, nesses casos, se levar adiante programas de “formação de público” ou “formação de plateia”, que podem assumir formatos variados: espetáculos ao final da tarde, aproveitando o *rush* dos grandes centros urbanos; apresentar um talento emergente como abertura de um espetáculo de um artista conhecido; o barateamento de ingressos durante uma temporada; *levar* turmas de estudantes a museus, exposições ou concertos (estes com um repertório conhecido e mais “fácil” de ser digerido); ou ainda, *levar* espetáculos (peças teatrais, balé, orquestras) a periferias, por exemplo. Como pano de fundo dos cenários descritos temos o paradigma de uma *política de democratização do acesso à cultura*, bastante difundido pela ação de instituições governamentais (mas também de organismos privados) a partir dos anos 1960.

Talvez seja interessante mencionar a origem deste paradigma, que, embora bastante questionado depois do advento de um novo paradigma, o da democracia cultural, continua alimentando a falta de imaginação ou uma grande timidez das instituições em investir na busca de alternativas ao modelo que parece ter se esgotado. Apesar de parecer evidente em tempos atuais, esta política, aparentemente irrepreensível, termina por favorecer os mais favorecidos, que já são adeptos dessas manifestações.

Concebida na gestão de André Malraux², nos anos 1960, a democratização de acesso à cultura teve como objetivo colocar o patrimônio cultural da humanidade disponível para o maior número de franceses, superando

2 André Malraux, grande intelectual francês, muito ligado ao general Charles de Gaulle, foi ministro da Cultura da França, cargo que exerceu por onze anos consecutivos.

as barreiras de desigualdade da sociedade, incorporando novos segmentos da população até então excluídos da intimidade desses bens e de sua fruição.

Essa concepção foi abraçada por um imenso número de países: como uma política pública, implica numa concepção universalista da cultura erudita, considerada como “única”, “legítima”, representando um legado que deve fazer parte do repertório cultural de cada indivíduo.

A cultura erudita é eleita como referência ímpar, excluindo todos os demais registros culturais, inclusive os daquela cultura à qual não se necessita aceder, já que é parte intrínseca da vivência de cada um; da mesma maneira, o público também é considerado no singular, único, e, além de tudo, como se fora homogêneo, sem nenhum tipo de diferença de gosto.

Esta primazia da cultura erudita faz com que democratização do acesso a esta cultura cometa o equívoco de também pressupor a universalidade do desejo pelos bens culturais que compõem a totalidade do repertório do que poderia constituir um verdadeiro Museu Imaginário³.

Estamos diante do que podemos resumir como uma *política de oferta*, ou seja uma política que se compraz em oferecer experiências que considera únicas — no sentido qualitativo — e que se justificam por sua excelência. É o que chamo de “narcisismo institucional”, alimentado pela convicção de que se está ofertando o que de mais nobre e essencial se poderia oferecer. Nesse caso, ter ou não público se torna secundário, embora gere angústia.

Há que se considerar ainda a ambiguidade da noção de “acesso”, que comporta as ideias de acesso material e social, o que permite uma confusão de objetivos ao se dedicar mais à contabilidade dos dados de frequência de público — confusão entre objetivos quantitativos e os de natureza qualitativa: esse embaralhamento pode resultar numa acomodação que conduz ao perigo do que chamo de narcisismo institucional. Ou seja, ao apostar na excelência de sua programação, a culpa recai num público desinteressado ou mesmo insensível/ignorante.

Ter como foco uma política de oferta, cujo mote poderíamos estabelecer como o da *cultura para todos*, enfatiza a preocupação com a distribuição de equipamentos pelo território, com o investimento na construção de

3 *Le musée imaginaire* (1947) é o título de um dos livros de Malraux. A editora da tradução portuguesa (1965, 2011) o resume assim: “o Museu impõe uma discussão de cada uma das representações do mundo nele reunidas, uma interrogação sobre o que, precisamente, as reúne. Afinal o museu é um dos locais que nos proporcionam a mais elevada ideia do homem” (Lisboa: Edições 70/Almedina, 2023, disponível em: <https://www.almedina.net/o-museu-imaginario-1563808969.html>).

mais equipamentos, com o desenvolvimento de políticas de barateamento de preços de bens considerados essenciais (como livros ou ingressos de peças teatrais, concertos, shows), num esforço de alçar/elevar os indivíduos a essa cultura eleita como paradigma ideal, sem perceber quão autoritária e a serviço da dominação ela está. Cabe considerar que desejos cultivados dentro de limites de pequenos grupos neutralizam a percepção de desigualdades sociais, pois compõem um *repertório compartilhado* por todos os membros do grupo. Significa dizer que não necessariamente essas pessoas se sentem excluídas de um universo cultural que não lhes diz respeito.

Alguns equívocos foram surgindo à medida que pesquisas sobre as práticas culturais reais da população foram sendo realizadas. Um dos primeiros e mais evidentes foi o de supor que a cultura é uma só e que o público é único e homogêneo. A ênfase nos obstáculos materiais como uma das principais barreiras (preços de bens culturais e uma melhor localização de equipamentos) demonstraram que o investimento numa melhor distribuição pelo território não aumentava o nível de práticas nestes equipamentos. Por último, mas não menos importante, estão as crenças 1) de que a “oferta puxa a demanda” e 2) de que basta o contato com a obra para que haja uma contaminação e uma mágica conversão de um espectador, que não detém os códigos de compreensão daquela obra totalmente nova para ele. Soma-se a isso o fato de 3) se ignorarem as barreiras simbólicas presentes na recepção das obras e 4) não considerar os mecanismos de transmissão de gosto. Todas estas suposições nos levam àquela que se revelou como mais significativa que as demais: supor que o “desejo por cultura” seja natural, desconhecendo os mecanismos reais pelos quais ele nasce e é cultivado.

Para identificar os equívocos que mencionei, foi necessário um sério investimento em estudos, que permitissem que estes aflorassem. Figuras decisivas nesse processo foram Augustin Girard, Pierre Bourdieu e Michel de Certeau. Girard chefiava o Serviço de Estudos e Pesquisas do Ministério da Cultura francês, e dentre suas qualidades se encontrava uma rara sensibilidade e enorme compromisso com a causa da cultura: daí resultaram a encomenda de pesquisas e estudos que vão alterar a relação que determinava a análise das políticas e das práticas culturais. Girard encomenda a Pierre Bourdieu o estudo sobre a relação dos europeus com os museus de arte — resultando na pesquisa e livro *L'amour de l'art: les musées d'art européens et leur public* (Bourdieu, 1969). Nesta obra, Bourdieu contou com a colaboração do estatístico Alain Darbel.

Simultaneamente, Girard contratou a pesquisa coordenada por Michel de Certeau, que resultou na obra em dois volumes *L'invention du*

quotidien: 1. Arts de faire; 2. Habiter, cuisiner (Certeau, 1980)⁴. Enquanto a primeira foi uma pesquisa por sondagem, a segunda foi um estudo qualitativo e era a preferida de Girard, como ele mesmo me confessou num agradabilíssimo encontro que tivemos em 1999. A metodologia da pesquisa de Bourdieu foi a que se disseminou no mundo ocidental, provavelmente pelo fato de ser mais pertinente para se formular uma política de governo, fornecendo argumentos mais facilmente mobilizáveis quando se trata de uma ação política.

Analisando a variedade das práticas culturais entre diversos grupos, Bourdieu acaba por afirmar que as maneiras de se relacionar com as práticas da cultura estão profundamente marcadas pelos percursos sociais vividos por cada sujeito. Afirma que as práticas culturais são determinadas, em grande parte, pelas trajetórias educativas e socializadoras dos indivíduos. Dito com outras palavras, Bourdieu afirma que o gosto cultural é produto e fruto de um processo educativo, ambientado na família e na escola e não resultado de uma sensibilidade inata dos agentes sociais. Ou seja, desde logo ele aponta para o fato de que o desejo por cultura não é inato, mas inculcado pelas estruturas da família e a da escola, as maiores responsáveis pelas nossas competências culturais. Para Bourdieu, a instituição escolar, mais do que qualquer outra é a maior responsável por legitimar e reproduzir as hierarquias culturais, já que não é neutra, e sim fundada numa cultura de classe.

Como vimos, a democratização do acesso à cultura apostou e acreditou que o contato direto com a obra seria suficiente para promover a adesão/conversão do indivíduo. No entanto, como não foi possível esta contaminação cultural automática, não houve a desejada alteração da composição social dos públicos. As pesquisas evidenciaram que as políticas de redução de preços, por exemplo, privilegiaram, como já foi dito aqui, aqueles que já eram consumidores destas práticas (os já “convertidos”): o simples barateamento do custo não é suficiente para atrair públicos não habituados ou interessados por aquelas práticas.

Como vimos, houve uma aposta na diversidade de usos do termo democratização: um deles se refere a objetivos relativos à *oferta*, como distribuição de equipamentos, espetáculos, produtos, enquanto outro trata da possibilidade de incorporação de novos públicos, pelo mecanismo de barateamento de preços, que, como vimos, não ocorreu.

A partir dessa primeira pesquisa sobre os museus de arte europeus, o serviço de estudos do ministério francês, já transformado no *departamento*

4 Ambas as obras foram editadas em português. Ver referências ao final do artigo.

de estudos e da prospectiva (acrescentando “e estatísticas” mais recentemente) passa a realizar, a cada sete anos, o enorme estudo *Práticas culturais dos franceses*. As análises das sucessivas pesquisas seguem reforçando os achados das primeiras, mas absorvendo as mudanças e a evolução do comportamento cultural da população.

Os resultados continuaram apontando a desigualdade de acesso à cultura tradicional, bem como o peso das variáveis sociodemográficas: níveis de escolaridade e de renda, faixa etária e localização domiciliar. Mais ainda, os resultados confirmaram a correlação importante entre nível de escolaridade e a propensão do indivíduo a práticas culturais legitimadas.

Surge um novo paradigma que reconhece a diversidade e a pluralidade de culturas. Ou seja, a cultura não é composta apenas da cultura erudita nem o público é uno e homogêneo. Assim, pressupõe-se que todas as formas artísticas são expressas em diversos registros, agrupando-se como subculturas, para designar os comportamentos e valores específicos de um dado grupo numa sociedade global, com maior ou menor complexidade. Cada uma delas tem seus cânones e seus públicos.

Um novo cenário se instaura: o da pluralidade de culturas e de públicos, que convoca uma política de *demanda* e exige um melhor conhecimento dos diversos públicos.

Falamos agora de *Democracia Cultural*: passamos de uma política cujo mote é a *cultura para todos* para considerar a *cultura de todos*. Diversamente do paradigma da democratização, aqui a pluralidade implica um grande investimento em conhecer essas culturas, seus públicos, seus códigos e suas particularidades. É um modelo aparentemente mais democrático, já que leva em conta a *demanda* e aposta no desenvolvimento do repertório cultural do indivíduo. Não obstante, levando-se em conta o poder do sistema escolar e seu papel na legitimação e na reprodução da hierarquia cultural, a revisão dos conteúdos da grade curricular e adoção de novas práticas seria requisito para abrir novas vias para o estabelecimento de um paradigma verdadeiramente democrático. Isso implica também um investimento qualificado na formação de professores devidamente preparados para enfrentar os novos desafios que a democracia cultural propõe.

Quando se trata da gestão cultural, os pressupostos da pluralidade devem ser respeitados e, mais ainda, devem originar programações alternativas que tenham como pressuposto a diversidade. Para tanto, deve-se esperar que os gestores de equipamentos aprofundem o conhecimento sobre a vida cultural da população, sobre as subculturas e seus públicos mediante estudos e pesquisas adequados, além de levar em conta os

mecanismos de transmissão de gosto, já que o “desejo por cultura” não é natural, e sim cultivado. Nesse sentido, cabe o acompanhamento de toda a literatura produzida pela sociologia da cultura, como suporte fundamental para o exercício da profissão

Já vimos que a escola e a família são as duas instituições poderosas para impor seu sistema de representação, exercendo uma influência particular sobre as instâncias de socialização. Sabemos também que os diferentes grupos sociais são dotados de sistemas de valores e de atitudes culturais que lhes são próprios e cuja *transmissão entre as gerações é garantida pelo ambiente familiar*. Herdar a bagagem advinda de um lar culturalmente favorável a práticas culturais legítimas (ou não) é a principal fonte de transmissão, a tal ponto que se pode falar numa “variável oculta” ao abordar as variáveis preponderantes no universo das práticas culturais privilegiadas pelas pesquisas (nível de escolaridade e de renda, faixa etária e localização domiciliar). Significa dizer que, considerando duas pessoas, sendo a primeira delas mais escolarizada — o que é sancionado pelo nível do diploma — que a segunda, menos escolarizada, mas vinda de um domicílio com pais diplomados (por exemplo) e um ambiente favorável à prática de atividades culturais (pensemos em leitura, escuta de música), a segunda tenderá a ter mais intensidade de práticas culturais legitimadas do que a primeira. Daí se observa que, isoladamente, o nível do diploma apenas não é suficiente para a produção do gosto, havendo necessidade de uma competência em matéria cultural que se traduza numa exposição constante aos produtos e atividades culturais de maneira a constituir um saber específico.

Do ponto de vista do sistema escolar, cabe considerar que o conjunto de regras culturais disseminadas por ele, sobretudo aqueles relativos à cultura letrada (única a ser tratada no currículo escolar, embora de maneira deficiente), depende do conhecimento prévio de códigos de apreciação. Isso vale para a cultura erudita de maneira geral, que no nosso caso não é, com frequência, veiculada pela escola. No entanto, a cultura erudita continua sendo objeto de inúmeras programações de instituições culturais, como centros culturais, museus ou espaços expositivos.

Quando se considera a bagagem familiar herdada, temos de considerar que, no quadro de extrema desigualdade social e cultural, não são todos os jovens que, chegando ao sistema escolar, detêm a familiaridade com a cultura erudita e com a linguagem da norma culta “mais complexa e mais favorável à elaboração verbal e ao pensamento abstrato”, nos termos do próprio Bourdieu (2007, p. 221) — marcadores indiscutíveis de exclusão — dificultando um navegar à vontade nas trilhas do sistema escolar, que não lhes facilita a compreensão dos cânones em jogo. Nesse sentido, a

escola termina por reforçar as desigualdades de competência cultural em matéria da cultura erudita, que é geralmente a cultura privilegiada pelo sistema escolar.

Desenvolver e compreender o “desejo por cultura”, sua intensidade e as formas que assume dependem desta socialização primária, que permite uma competência em matéria cultural pela exposição constante aos produtos e atividades culturais, de maneira a constituir um saber específico.

Apesar do que foi dito, a escola deve ser considerada como um espaço social privilegiado para se promover a socialização precoce dos indivíduos no que se refere à arte e à cultura, a se considerar os nove anos de formação obrigatória do alunato. Além disso, o sistema educativo poderia, potencialmente, compensar ou corrigir as desigualdades culturais advindas de ambientes familiares pouco afeitos a práticas culturais.

Outras questões se colocam. Somos levados a constatar que as elites e a escola perderam o monopólio da legitimação de gostos e da produção de normas. Esse terreno vem sendo ocupado mais e mais pela cultura de massa, *pluralizando espaços de legitimação*, obedecendo à lógica de mercado. É necessário sempre ter em conta que o sistema educativo, que prima pela reprodução dos valores das classes dominantes, não está preparado para responder às necessidades e desafios colocados pela *democracia cultural*, como argumentamos sobre a necessidade de preparação de um corpo docente que responda aos novos desafios.

Diante desse cenário, parece urgente que não apenas o sistema escolar, mas todas as instituições culturais públicas ou privadas, formais ou informais, como museus, centros culturais, bibliotecas, cineclubes, rodas de leitura, se mobilizem no sentido de oferecer atividades alternativas e/ou programações focadas na diversidade de conteúdos, relativizando o peso dos constrangimentos provocados por práticas institucionais tradicionais e contribuindo efetivamente para a queda de barreiras e de preconceitos, ampliando, de fato, o repertório cultural dos indivíduos e dessa forma conquistando novos públicos.

Outras mudanças provocaram uma evolução dos costumes, trazendo o protagonismo do consumo cultural em domicílio (fenômeno mundial), motivado pela disseminação e barateamento dos equipamentos eletrônicos. Esse protagonismo permitiu maior diversidade de práticas culturais e de lazer e, mais ainda, novas maneiras de vivenciar as artes e a cultura. Nada desprezível é o fato de evitar o deslocamento: economia de tempo e dinheiro. Este protagonismo fez com que o centro de gravidade das políticas culturais se deslocasse, convocando a formulação de intervenções em dinâmicas restritas ao espaço doméstico, mas dominadas pela lógica da indústria cultural.

A situação se radicalizou com o advento das Tecnologias de Informação e Comunicação — as TICs —, que, além de impactar os modos de vida de maneira geral, vieram confundir as hierarquias internas do mundo da cultura e da arte: no mundo digital, imagens, músicas e textos, circulam e se misturam sem os constrangimentos do mundo físico, alterando as relações simbólicas com esse universo e acentuando a porosidade entre o mundo da arte e o do divertimento. As TICs trazem consigo possibilidades de acesso a uma quantidade enorme de conteúdos, bem como uma pluralidade de condições de socialização e de pertencimento. Também potencializa as chances de se investir na criação de textos críticos ou mesmo ficcionais, música, bem como produções audiovisuais. Poder-se-ia dizer que

As novas tecnologias digitais nos abriram um universo quase infindável de possibilidades de conhecimento, de práticas e de sociabilidade, trazendo também desafios ainda pouco resolvidos para aqueles que trabalham com as políticas públicas de cultura (Botelho, 2017, p. 41).

Esta abertura de possibilidades trouxe um elemento complicador, cujas respostas ainda não estão completamente claras: lidamos com um universo ainda desconhecido não só para os públicos como também para as instituições que ainda tateiam no mundo digital, embora já não haja dúvidas de que a nova realidade as desafia a enriquecer suas ofertas e a desenvolver novas formas de conhecer seus públicos.

Apesar da revolução em curso, as pesquisas voltadas para o mundo digital até agora mostram que as variáveis determinantes do consumo cultural mais elaborado continuam sendo privilégio dos mais escolarizados, bem como daqueles que participam da produção de conteúdos on-line. Ou seja, a produção de conteúdos se restringe a um grupo minoritário, habituado a práticas legitimadas. Para os demais, predominam as relações de sociabilidade (mensagens por e-mail ou WhatsApp, escuta de música e práticas visuais, com predomínio de filmes e séries). Uma pergunta surge quando consideramos a presença inelutável da lógica dos algoritmos: ela serviria mais ao reforço de hábitos já adquiridos, desencorajando a curiosidade e o gosto da descoberta de novos conteúdos? Citando o pesquisador Olivier Donnat, do Département des Études de la Prospective et des Statistiques do Ministério da Cultura francês,

[...] parece que o jogo combinado das redes sociais e dos algoritmos, longe de encorajar a curiosidade e o gosto da descoberta, se revela de uma indiscutível eficiência para produzir o “si mesmo” e favorecer um crescente conformismo aos gostos e às opiniões de seu grupo de pertença (Donnat, 2011).

Sabe-se que “temos uma mudança radical de ordem simbólica e a emergência de novas formas de conhecimento e de sociabilidade” (Botelho, 2017, p. 41). Ainda por vir,

[...] novas possibilidades de inflexão e de intervenção criativas ainda serão descobertas e apropriadas: trata-se não apenas de utilização de recursos técnicos, mas também simbólicos. Temos de reconhecer que grande parte das atividades humanas se deslocaram para esse universo virtual e o desenvolvimento dos computadores pessoais, a Internet e o telefone celular mudaram radicalmente nossa relação com o mundo. Vínhamos, até agora, mais preocupados com o acesso da população ao repertório erudito da arte e da cultura — foco das políticas culturais a partir dos anos 1960, sob o signo da democratização cultural —, seguida pelas políticas que reconheciam a existência de vários públicos e uma pluralidade de formas culturais merecedoras de apreço e atenção, o que se convencionou chamar de democracia cultural.

Do ponto de vista da democratização cultural fica a pergunta: será que estamos diante de uma ferramenta que permitirá o tão desejado acesso do maior número de pessoas à fruição das “grandes obras” da cultura e da arte? Será que ela altera positivamente as barreiras simbólicas identificadas, nos anos 1960, por Pierre Bourdieu?” (*idem*, 2018, p. 201).

Estas observações já eram colocadas por mim em 2017, por ocasião de um seminário realizado pelo Cetic — Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação — em parceria com o Centro de Pesquisa e Formação do Sesc São Paulo, quando se discutiam os rumos das pesquisas sobre as práticas culturais na Internet⁵.

Voltando aos gestores, se esse novo cenário traz desafios para as instituições e organizações, o mesmo ocorre principalmente com seus profissionais.

A *TIC Domicílios 2021*, a última pesquisa do Cetic realizada durante a pandemia de Covid-19, nos informa que 81% da população brasileira com 10 ou mais anos era usuária da internet, porcentagem que corresponde a cerca de 148 milhões de indivíduos. Como esperado, as classes D e E representam 66%; aqueles com mais 60 anos, 29%; e os analfabetos ou tendo cursado até a educação infantil, 29%. O Nordeste é a região com menos usuários.

5 Seminário Cetic. Centro de Pesquisa e Formação Sesc São Paulo, 19 abr. 2017.

Não me deterei no conjunto de dados que a *TIC 2021* nos oferece, pois sua riqueza é imensa e ultrapassa nosso objetivo aqui. Cabe registrar o aumento significativo entre moradores de áreas rurais, que passou de 53% (2019) para 73% (2021).

Na última década, vem se reduzindo a diferença no uso da Internet entre habitantes das áreas urbana e rurais do país: em 2012 essa diferença era de 36 pontos percentuais, chegando a 24 pontos em 2019 e, finalmente, a 9 pontos percentuais em 2021, a menor diferença registrada desde que a amostra da pesquisa passou a abranger os domicílios localizados em áreas rurais, em 2008 (CGI.BR, 2022, pp. 55-6).

Por que privilegiar esses dados sobre a porcentagem de domicílios rurais? Sabe-se que a clivagem urbano x rural é um fator que diferencia as práticas culturais rotineiras nas pesquisas realizadas em todos os países. Levando-se em consideração o tamanho do Brasil e suas enormes desigualdades sociais e econômicas, esse dado nos abre um campo de possibilidades que devem ser acionadas e exploradas quando se considera a busca por uma dispersão mais equilibrada de práticas culturais pelo território.

A *TIC 2021* nos confirma que as atividades culturais foram diretamente afetadas pela pandemia de Covid-19. Nem todas as instituições conseguiram se adaptar ao formato digital que a suspensão de atividades presenciais exigia. Como consequência houve “um crescimento da criação, produção e disseminação de bens culturais no ambiente digital, além de um aumento da demanda por conteúdo *online*” (CGI.BR, 2022, p. 77).

A pesquisa é segmentada em quatro blocos: o primeiro privilegia a realização de atividades multimídia, o segundo considera a população de dez anos ou mais; o terceiro — que vai me interessar particularmente — atenta para a criação e disseminação de conteúdo *online* e o quarto trata da obtenção de informações *online* para atividades presenciais.

O terceiro tópico me chama mais a atenção por estarmos diante de uma prática que convoca a autoexpressão do entrevistado. Sabemos da capacidade das práticas amadoras para potencializar o envolvimento dos indivíduos nas práticas culturais: esta afirmação em nada desmerece as demais práticas, como ouvir música, ler jornais e revistas, ver filmes e séries, por exemplo. A natureza da prática é que a diferencia, pelo investimento que ela requer. Nesse sentido, propus, no seminário CETIC/CPF (2017) a que me referi anteriormente, observar uma distinção entre *usuários* e *praticantes*.

Apesar do compartilhamento de conteúdos continuar estável (68%), o que, segundo os analistas da *TIC 2021*, pode estar relacionado ao alto uso de redes sociais no Brasil, apenas 31% dos respondentes declararam ter postado algum texto, imagem, foto, vídeo ou música autorais. Temos ainda 18% que criaram ou atualizaram *blogs*.

Foram 26% do total da população de 10 anos ou mais que criaram ou postaram na internet conteúdos de sua autoria, o que representa cerca de 48 milhões de pessoas (similar a 2019). Embora o perfil sociodemográfico destes indivíduos não escape de algumas das variáveis tradicionais que favorecem a adesão às práticas culturais apontadas pela sociologia da cultura — ou seja, alto grau de instrução, classes mais altas e sobretudo jovens —, um enorme horizonte cheio de desafios e de oportunidades, parcialmente desconhecido, mas promissor, se avizinha e permite que se aposte em novas inflexões no relacionamento da população com as atividades culturais, embora ainda não possamos nos regozijar com a chegada da desejada democratização das práticas culturais.

REFERÊNCIAS

- BOURDIEU, Pierre; DARBEL, Alain. *L'amour de l'art: les musées d'art européens et leur public*. Paris: Minuit, 1969. [Edição em português: *O amor pela arte: os museus europeus e seu público*. Trad. Guilherme J. F. Teixeira. São Paulo: Edusp / Zouk, 2003.]
- _____. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 2007.
- BONNEWITZ, Patrice. *La sociologie de Pierre Bourdieu*. Paris: PUF, 1998.
- BOTELHO, Isaura. *Dimensões da cultura: Políticas culturais e seus desafios*, 2017, Edições Sesc, 1ª edição.. 2017.
- _____. “Desafios para a realização de pesquisa sobre as práticas culturais no universo das novas tecnologias da informação e da comunicação”. In VV. AA. *Pesquisa sobre os usos das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros 2017*. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2018.
- CERTEAU, Michel de (coord.). *L'invention du quotidien: 1. Arts de faire; 2. Habiter, cuisiner*. Paris: Gallimard, 1980. [Edição em português: *A invenção do cotidiano*. 1 – Artes de fazer. 2 – Morar, cozinhar. Trad. Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis: Vozes, 1994.]

- CGI.BR – Comitê Gestor da Internet no Brasil. “Novas Tecnologias e as mudanças que elas provocam no mundo social: o impacto das TICs nas práticas culturais dos indivíduos.” In _____. *Cultura e Tecnologias no Brasil: um estudo sobre as práticas culturais da população e o uso das tecnologias de informação e comunicação*. São Paulo: CGI.br / NIC.br, 2017.
- _____. *TIC Domicílios 2017*. Pesquisa sobre o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos Domicílios Brasileiros. São paulo: NIC.br, 2018.
- _____. *TIC Domicílios 2021*. São Paulo: NIC.br, 2022.
- DONNAT, O. “Democratização da cultura: fim e continuação?”. *Revista Observatório Itaú Cultural*, São Paulo, n. 12, pp. 21-36, ago. 2011.
- OIC – Observatório Itaú Cultural. *Os públicos da cultura: desafios contemporâneos*. *Revista Observatório Itaú Cultural*, São Paulo, n. 12, ago. 2011.