

II ENCONTRO INTERNACIONAL LUSÓFONO

Todas as Artes | Todos os Nomes

LIVRO DE RESUMOS



II ENCONTRO INTERNACIONAL LUSÓFONO

TODAS AS ARTES | TODOS OS NOMES

LIVRO DE RESUMOS

Paula Guerra, Lúgia Dabul e Pedro Costa (Orgs.)

ORGANIZAÇÃO:

TODAS
AS ARTES
E OS NOMES

Instituto
SOCIOLOGIA
de PORTO

DINAMICET
CENTRO DE INVESTIGACAO E INOVACAO EM
CULTURA E SOCIETY

CES
CENTRO DE ESTUDOS
SOCIAIS E CULTURAIS

U.PORTO

CITEUR
CENTRO DE ESTUDOS
CULTURAIS E URBANOS

Santander

U.PORTO
FLUP - FLORES DE LUSAS
E A VIGILANCIA DO POPO

eventQualia

UFF
Universidade
Federal
Fluminense

UNIVERSIDADE
FEDERAL DO CEARÁ

UFES-PE
UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO

FCT
FACULDADE DE CIÊNCIAS E TECNOLOGIA

FCCN
FACULDADE DE CIÊNCIAS E COMUNICAÇÃO

II ENCONTRO INTERNACIONAL LUSÓFONO

TODAS AS ARTES | TODOS OS NOMES

LIVRO DE RESUMOS

Paula Guerra, Lúgia Dabul e Pedro Costa (Orgs.)

Publicado em junho 2021
por **Universidade do Porto. Faculdade de Letras**
Via Panorâmica, s/n,
4150-564, Porto, PORTUGAL
www.lettras.up.pt

Design: Sofia Sousa
Capa, interior e separadores: Esgar Acelerado
ISBN 978-989-8969-42-2

O conteúdo dos textos publicados é da total responsabilidade do(s) seu(s) autor(es), e não reflete necessariamente a opinião dos organizadores desta obra.

 Atribuição CC BY

Esta obra está licenciada com uma Licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional. É permitida a distribuição, adaptação e criação de trabalhos a partir dos conteúdos apresentados nos textos publicados nesta obra, desde que devidamente identificada a fonte.

Mais informações: <https://creativecommons.org/licenses/>

TODAS AS ARTES TODOS OS NOMES

6 - 7 JULHO 2020

II ENCONTRO
INTERNACIONAL
LUSÓFONO

**FACULDADE DE LETRAS
DA UNIVERSIDADE DO PORTO**
PORTO, PORTUGAL

COORDENADORES:
**LÍGIA DABUL, PAULA GUERRA
E PEDRO COSTA**

INFO:
WEB: [HTTP://TODASARTES.EVENTUALIA.NET](http://todasartes.eventualia.net)
MAIL: TODASARTES.CONGRESSO@GMAIL.COM



Além das práticas e das preferências: a relação com a cultura como discurso sobre o valor da cultura

Claudino FERREIRA, Faculdade de Economia, Universidade de Coimbra, Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra, Rede Todas as Artes, Portugal.

Paula ABREU, Faculdade de Economia, Universidade de Coimbra, Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra, Rede Todas as Artes, Portugal.

Paulo PEIXOTO, Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, Centro de Estudos Sociais, Portugal.

André Brito CORREIA, Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, Centro de Estudos Sociais, Portugal.

Resumo

A comunicação propõe uma discussão reflexiva e crítica sobre as potencialidades, os limites e os equívocos analíticos e interpretativos dos inquéritos sociológicos sobre práticas, consumos e preferências culturais, questionando-os como instrumentos de (re)produção discursiva sobre o valor da cultura. Apoia-se para isso nos resultados de um inquérito sobre hábitos, práticas e perceções culturais, aplicado no início de 2020 (antes do despoletar da crise pandémica em Portugal) a uma amostra representativa da população residente no concelho de Coimbra. Os resultados do inquérito são explorados num exercício hermenêutico que confronta dois registos distintos: um que, seguindo os procedimentos analíticos convencionais, toma as respostas dos/as inquiridos/as como indicativas ou sugestivas de práticas, preferências e perceções individuais; outro que as toma como discursos sobre a cultura e o seu valor – ou melhor, como discursos enunciados no confronto com os discursos ocultos acerca da cultura e do seu valor que o processo de inquirição ativa. Este exercício analítico centra-se privilegiadamente em três questões que emergem como especialmente desafiantes, tanto do ponto de vista teórico e metodológico, como do ponto de vista político e programático: 1) a aparente conformação discursiva dos/as inquiridos/as à definição e à valoração elitistas e distintivas da cultura que os discursos ocultos do inquérito atualizam no contexto situado da inquirição; 2) a forte variação dos discursos sobre a cultura e das práticas e perceções declaradas em função da inserção territorial dos/as inquiridos/as, ou seja, da maior ou menor distância física entre o lugar de residência no concelho e o centro da cidade; 3) as variações e derivações dos discursos sobre a cultura e o seu valor que emergem da análise comparada das declarações sobre consumos e práticas culturais realizadas online e offline. Com base neste exercício analítico, a comunicação reflete criticamente sobre os pressupostos teóricos e os procedimentos metodológicos da abordagem extensiva da relação com a cultura, em diálogo com alguns dos trabalhos e dos debates mais recentes que, no espaço de cruzamento entre a sociologia da cultura, os estudos da comunicação e dos media, a economia e o marketing culturais, vêm abrindo novas pistas e perspectivas analíticas neste campo. Questionam-se, em particular, os efeitos que formalizações como a classificação dos sujeitos em tipologias que opõem grandes consumidores/praticantes/participantes a não-consumidores/não-praticantes/não-participantes (tradução mais acabada dos discursos ocultos sobre a cultura e o valor da cultura) têm quer sobre a

compreensão sociológica dos modos, formas e significados das relações com a(s) cultura(s), quer sobre a ação programática dos agentes culturais e das políticas culturais.

Palavras-chave: cultura, práticas culturais, valor da cultura.