

As culturas da cidade e os novos intermediários culturais (¹)

**Derek Wynne, Justin O'Connor
e Dianne Phillips**

Department of Sociology
Manchester Metropolitan University

Resumo

Este artigo estuda o consumo de bens culturais na cidade de Manchester, Inglaterra, e através de resultados obtidos em survey, os autores mapeiam como a ocupação do centro da cidade por novos grupos de intermediários culturais redefine o uso espacial do antigo centro.

Palavras-chave: consumo cultural, estilos de vida, espaço urbano, intermediários culturais

Abstract

This article studies the consumption of cultural goods in the city of Manchester (UK), and based on survey's results the authors present how the occupation of the city centre by new cultural intermediaries redefines the old city centre spatial uses,

Keywords: cultural consumption, lifestyle patterns, cultural intermediaries, urban space

¹ Artigo apresentado na Conferência Anual da British Sociology Association - "Contested Cities" - Universidade de Leicester, abril 1995.

Introdução

Dois debates atuais nas ciências sociais são tratados por nós neste artigo: primeiro, aquele associado à regeneração urbana e ao papel mutável das cidades; segundo, aquele associado à construção e à desconstrução de identidades, sustentado por grande parte da teorização pós-moderna (FEATHERSTONE, 1991; HARVEY, 1990; LASH, 1990; SHIELDS, 1991; SMITH & WILLIAMS, 1986; ZUKIN, 1982 & 1992). Além disso, estamos particularmente preocupados em relacionar nossa pesquisa àquela realizada por Bourdieu (1984).

Dado o impacto do trabalho de Bourdieu na sociologia da cultura, e o débito que os debates acima delineados têm com ele, nossa pesquisa tentou incorporar algumas das preocupações de sua tese às nossas próprias investigações.

A última década viu uma produção crescente na área de mudança cultural e sobre os grupos que parecem ser centrais para a disseminação e promoção de tal mudança - os novos intermediários culturais (BETZ, 1992; BOURDIEU, 1984; FEATHERSTONE, 1991). Neste contexto, nossa pesquisa busca investigar as afirmações feitas por aqueles que utilizariam Bourdieu para caracterizar regenerações urbanas baseadas culturalmente, como sendo parte de uma estratégia de distinção desta fração da nova classe média, fração esta que pode ser identificada dentre os primeiros possuidores de estilos de vida pós-modernos².

Examinamos estas afirmações através do estudo de uma população que havia recentemente se mudado para as novas e renovadas residências no centro da cidade de Manchester, com a hipótese de que ela se conformaria o mais proximamente ao modelo acima. Os empreendimentos residenciais estavam fortemente ligados a uma estratégia de regeneração urbana baseada culturalmente. A falta de qualquer tradição recente de vida no centro da cidade, a qualidade peculiar e o estilo dos empreendimentos residenciais, e o período de tempo relativamente condensado em que estes foram ocupados, sugeriam que nosso survey coletaria um grupo suficientemente homogêneo sobre o qual testar estas afirmações. Um outro objetivo foi utilizar o questionário de Bourdieu de La Distinction, porém consideravelmente retrabalhado e atualizado a fim de fornecer uma dimensão extra de troca comparativa. De forma semelhante foi feito o uso, assim como em La Distinction, de análises estatísticas multivariadas, utilizando análises de correspondência.

² Promovendo a atenção constante (e a preocupação) com o *eu* apresentado através do 'estilo de vida' (incluindo a trajetória da idade e as rotas sociais tradicionais); a indistinção das fronteiras culturais tradicionais, especialmente aquelas entre as formas culturais 'elevada' e 'mais popular'; e uma ênfase na diversão, no hedonismo e no espetáculo. Este crescimento de 'novos intermediários culturais', de 'para-intelectuais' é crucial para um entendimento do pós-modernismo.

Nossa pesquisa tentou uma comparação limitada entre a análise estrutural de Bourdieu e alguns de nossos próprios achados³. Ela incluiu:

- (a) a descrição da estrutura, estilo de vida e consumo cultural destes residentes do centro da cidade, obtida a partir de um questionário;
- (b) a análise das variáveis de capital cultural contra as variáveis estruturais para encontrar quaisquer barreiras estruturais dentro da própria amostragem;
- (c) a comparação entre níveis de competência cultural através de diferentes campos culturais tais como música, filme e arte, a fim de ter acesso aos níveis relativos de capital cultural e sua distribuição dentro de diferentes formas culturais;
- (d) a avaliação das afirmações dos teóricos da nova classe média à luz dos resultados de nosso *survey*.

Além disso tentamos investigar nossos entrevistados sob uma abordagem qualitativa, para estabelecer o que considerávamos um lado 'subjetivo' crucial para nossa análise. Além de conduzirmos entrevistas em profundidade, também nos dedicamos a uma etnografia dos 'novos espaços culturais' que emergiram recentemente na cidade.

Nossas entrevistas visaram revelar:

- (a) a extensão da reflexividade/ individuação e da preocupação com a apresentação do eu;
- (b) as práticas de sociabilidade e as preocupações com diversão, lazer e hedonismo;
- (c) como o uso do centro da cidade pode ou não fazer parte de um capital cultural; como o centro pode representar uma crucial escolha/rejeição em termos de uma construção de identidade, e como ele é usado enquanto espaço cultural.

Nossa etnografia investigou os usos mutáveis do centro da cidade tendo em vista as agências que tentam reestruturar estes usos; os grupos e agências que responderam a esta mudança, e as redes sociais que dela emergiram. Além disso estávamos preocupados com as transformações na imagem de lugar associadas ao centro da cidade e as conseqüentes práticas espaciais mutáveis a partir destas imagens transformadas.

³ Reconhecemos aqui que o trabalho de Bourdieu fornece uma análise empírica da estrutura sexual da sociedade francesa. Nossa limitada investigação foi confinada a uma amostra dos novos residentes do 'centro da cidade'.

Métodos

Os dados foram coletados por questionário (210 moradores), entrevistas em profundidade (50 moradores) e etnografia. O plano de pesquisa empregava abordagens quantitativas e qualitativas de maneira interativa e complementar.

Investigações preliminares indicaram que havia diferenças quanto ao preço entre os empreendimentos individuais. Para fornecer um elemento de controle, o procedimento inicial de amostragem adotado foi uma amostra aleatória por estratificação utilizando os locais dos empreendimentos como a variável para o agrupamento inicial. Listagens das habitações em cada empreendimento foram utilizadas para selecionar as unidades aleatoriamente. O questionário pediu aos entrevistados informações sobre 104 itens (incluindo a tabela de observação). Essencialmente nosso questionário é similar ao desenvolvido por Bourdieu, mas inclui também um número de questões 'desenvolvidas etnograficamente' quanto a preferências por bares, clubes, lojas, teatros e galerias e outros eventos no centro da cidade⁴.

Cinquenta entrevistas em profundidade (com uma duração média de 2 horas) foram conduzidas com auxílio de um roteiro, cuja produção baseou-se na análise de parte dos dados quantitativos juntamente com uma preocupação em conduzir entrevistas que revelassem informações associadas às práticas de usos e monitoração reflexiva que os métodos quantitativos são menos aptos a descobrir⁵. Deste modo nossas entrevistas em profundidade tentaram nos fornecer uma discussão ampliada sobre:

1. Biografia e Mobilidade
2. Objetivos e Estruturas de Vida
3. A vida na cidade
4. O uso da cidade
5. Os apartamentos
6. Os arranjos domésticos

Cada uma das entrevistas foi gravada em fita e transcrita⁶.

⁴ O procedimento HOMALS dentro de CATEGORIAS (SPSS) foi utilizado para análise de múltipla correspondência. Conforme o nome sugere, esta é a forma de análise de correspondência múltipla que usa análise de homogeneidade, isto é, ela busca otimizar a homogeneidade das variáveis. HOMALS foi usado para explorar as relações entre as sete variáveis de indicadores. Para uma discussão completa de análise de correspondência e seu uso neste projeto de pesquisa vide Phillips, D (1994).

⁵ As respostas às seis questões abertas neste questionário foram colocadas no AskSam, uma base de dados formato livre. A análise preliminar das respostas dos arquivos do AskSam para as questões com final em aberto forneceram sugestões para temas e tópicos que foram incluídos na tabela para as entrevistas qualitativas.

⁶ A análise das transcrições usou amplamente o software HypeResearch, um programa de software do Macintosh para a análise de dados qualitativos. Ele atua como um cartão de índice eletrônico para o cortejo e análise de materiais textuais.

Nossa etnografia teve início com um mapeamento dos recursos culturais e sociais do centro da cidade, o que também auxiliou no desenvolvimento do questionário. A tarefa de 'traduzir' o questionário de Bourdieu mostrou-se difícil e exigiu um amplo conhecimento dos recursos - conhecimento que consideramos ser relativamente pouco reconhecido em seu trabalho. Esta tarefa foi facilitada pelo amplo conhecimento, formal e informal, que o etnógrafo tinha da cidade; incluindo o envolvimento com a pesquisa e a implementação da política cultural, e os contatos formal e informal com proprietários, empregados, fornecedores (*designers*, artesãos de mobília, *disc-jockeys*, etc.) e usuários dos bares, cafés e clubes da cidade.

Além deste trabalho de campo, a etnografia preocupou-se também em revelar redes emergentes ao nível das políticas, e a relação entre estas e seus provedores.

Resultados do questionário

1 - Características estruturais da população pesquisada

Idade e Condição do Morador: o grupo foi composto predominantemente de jovens ou jovens adultos com uma idade média de 36 anos e uma idade modal de 27 anos (Gráfico 1). Apenas 17% da amostragem eram de casados atualmente vivendo juntos. O estado civil e a condição do morador estão apresentados nos Gráficos 2a e 2b.

Renda: embora tenha ocorrido um número de estudantes entre os entrevistados e moradores de baixa renda, fora desta categoria a renda do morador estava distribuída bem igualmente chegando a 50.000 libras esterlinas por ano.

Ocupação: um quarto (1/4) do grupo estava em ocupações profissionais e de gerência, outros 34% em ocupações onde os professores eram o maior grupo único. Em comparação aos dados de Bourdieu utilizando suas definições (incomuns na sociologia empírica inglesa), 59% de nossos entrevistados poderiam ser identificados como classe alta, 35% como classe média e menos de 10% como classe trabalhadora. No contexto das classificações inglesas-padrão, a classificação das ocupações está apresentada na Tabela 1.

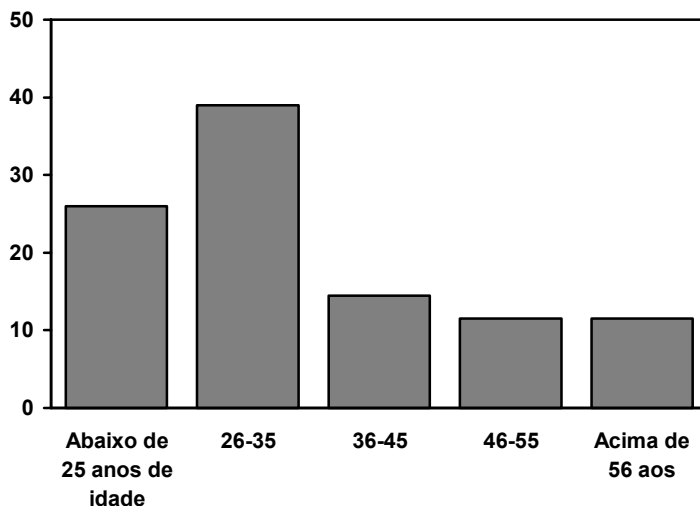
Mobilidade Social: os entrevistados possuíam mobilidade social variada. Alguns claramente originavam-se na classe média, outros tinham um passado que identificava uma mobilidade social substancial. Uma imediata identificação de mobilidade social, utilizando as classificações das ocupações dos entrevistados e de seus pais está fornecida na Tabela 2. Os níveis comuns de mobilidade em intervalos curtos são notáveis, mas, por exemplo, 12 pessoas em (1) estavam numa distância de dois *ranks* ou mais. Havia uma notável mobilidade descendente (6/12 em 4, por

exemplo) e estas observações são relevantes no que se refere à nossa comparação com Bourdieu⁷.

Educação: os entrevistados possuíam níveis relativamente altos de escolaridade: 52% possuíam o primeiro grau ou mais, e a maioria do restante havia sido educada além do grau de escolaridade mínimo.

Residência prévia: A maioria havia se mudado da Grande Manchester e de seus subúrbios, ou seja, haviam substituído viver em algum lugar dentro da área de Manchester para viver no centro da cidade propriamente. Conforme esperávamos, a maioria esmagadora era de novos residentes, lá estabelecidos há menos de três anos - vide Gráficos 4 e 5.

Gráfico 1
Grupos de idade (%)



⁷ Bourdieu estava interessado em frações que não aquelas de capital econômico e cultural substanciais e que mesmo assim tivessem aspirações ao consumo cultural. Uma aparente mobilidade descendente em termos econômicos poderia ser traçada por um status de 'irmão mais novo' em termos de capital cultural (por exemplo trabalhar em café ou galeria, ou voluntariamente em eventos culturais; profissões administrativas em instituições culturais de prestígio).

Gráfico 2a
Estado civil (%)

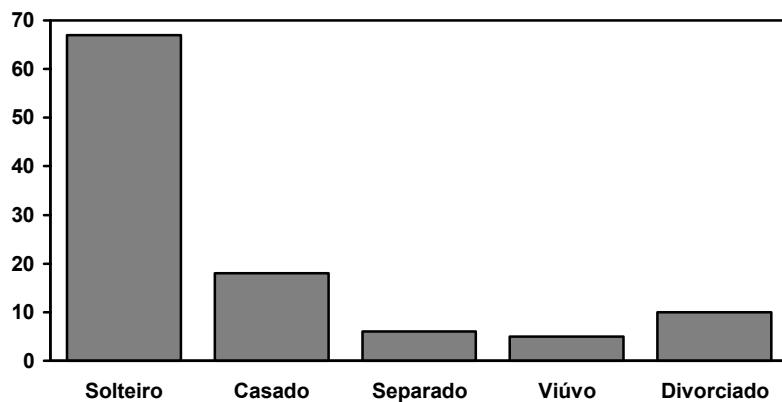


Gráfico 2b
Condição atual do morador (%)

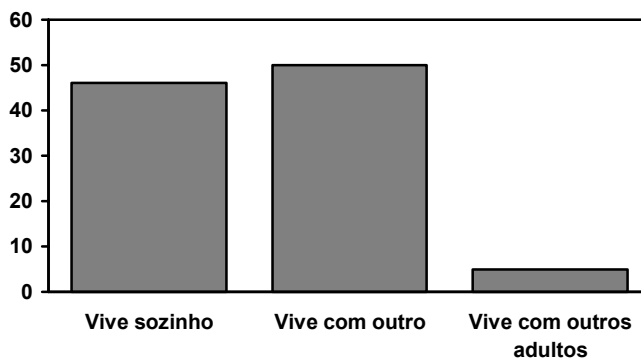


Gráfico 3
Renda familiar - em libras esterlinas - (%)

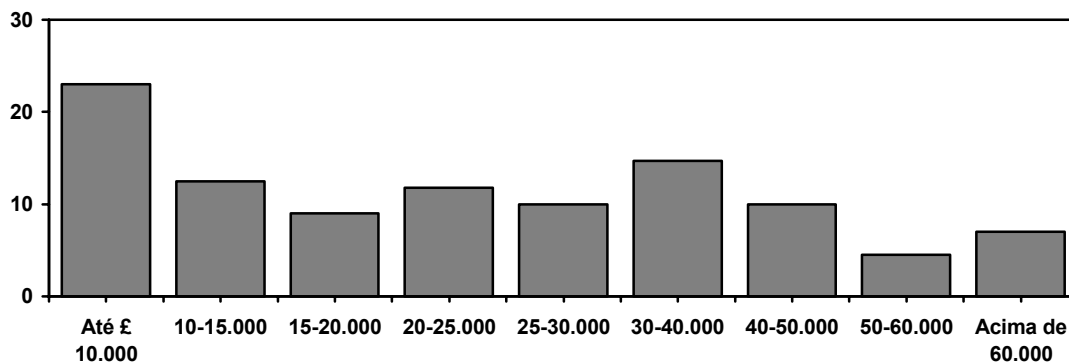


Gráfico 4
Residência anterior (%)

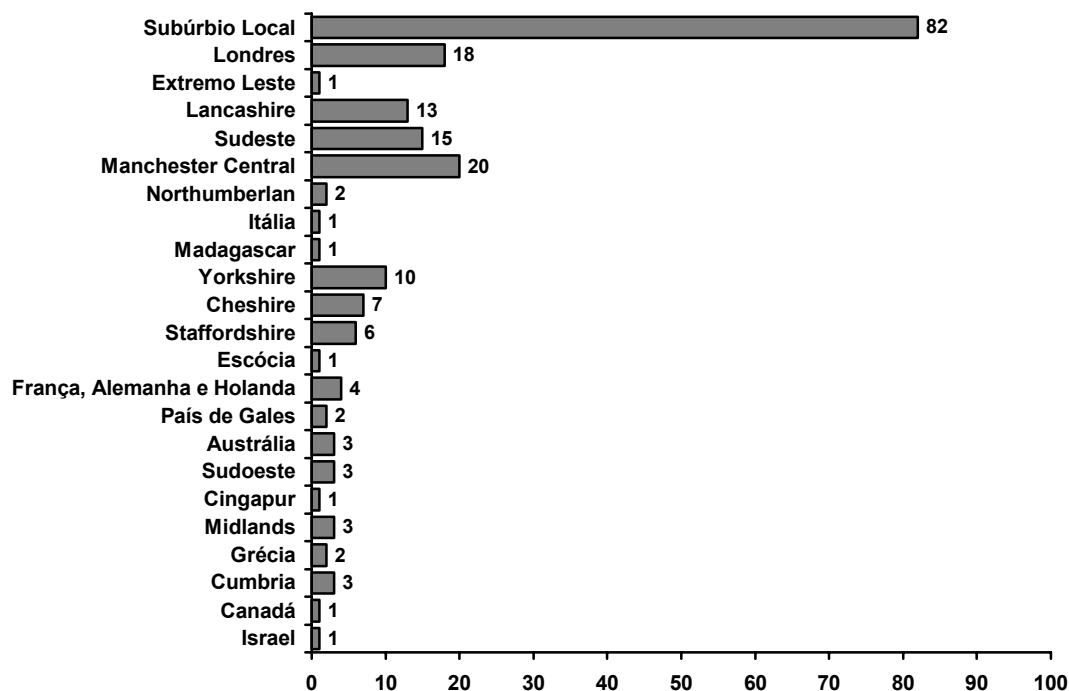


Gráfico 5
Tempo de residência (%)

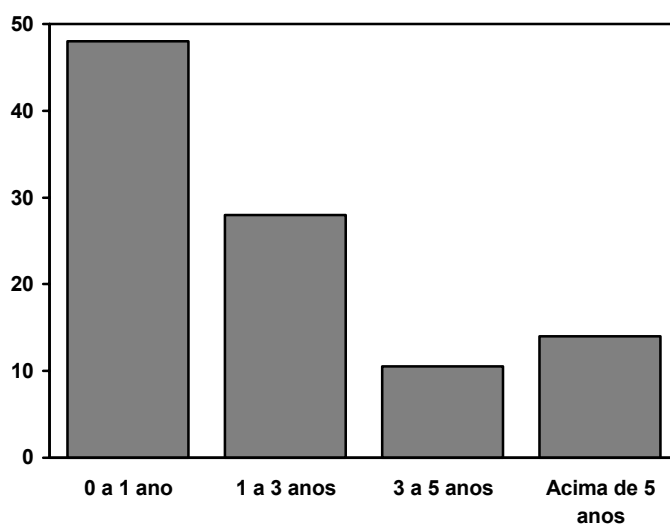


Tabela 1
Ocupações

		n	%
1	Gerentes Gerais / Administrativos de Grandes Organizações	3	2,0
	Gerentes de Produção	5	3,4
	Gerentes Especialistas	12	8,1
	Gerentes e Executivos do Setor Financeiro	1	0,7
	Gerentes do Setor de Transportes	1	0,7
	Gerentes / Proprietários no Setor de Serviços Industriais	10	6,8
2	Cientistas Naturais	3	2,0
	Engenheiros e Tecnólogos	5	3,4
	Profissionais de Saúde	5	3,4
	Professores	16	10,8
	Profissionais da Lei	11	7,4
	Negócios e Finanças	4	2,7
	Arquitetos, Planejadores	3	2,0
	Outros	8	5,4
3	Técnicos Científicos	1	0,7
	Programadores	7	4,7
	Controladores de Voo / Navegação	1	0,7
	Profissionais Associados à Saúde (Enfermeiros)	3	2,0
	Profissionais Associados às Finanças	3	2,0
	Assistentes Sociais / Setor de Seguridade Social	2	1,4
	Esportes, Artes, Literatura	11	7,4
4	Funcionários Administrativos	6	4,1
	Caixas e Balconistas	4	2,7
	Arquivistas	1	0,7
	Secretários	2	1,4
	Outros	3	2,0
5	Equipamentos Elétricos	4	2,7
	Equipamentos Têxteis	2	1,4
	Outros Setores Manufatureiros	1	0,7
6	Relacionados ao Setor de Manufaturas	1	0,7
7	Representantes Comerciais	2	1,4
	Vendedores	1	0,7
8	Operadores de Máquinas	1	0,7
	Operadores Industriais	1	0,7
9	Atendente de Hospital	1	0,7
	Outros	4	2,7
	TOTAL	149	100,0

Tabela 2. Mobilidade
Cruzamento entre ocupação do entrevistado e ocupação do pai

Ocupação do entrevistado	Ocupação do pai									TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	10 31,3	10 31,3	1 3,1	3 9,4	4 12,5	2 6,3		2 6,3		32 23,5
2	8 17,4	14 30,4	3 6,5	2 4,3	10 21,7	1 22	2 4,3	4 8,7	2 4,3	46 33,8
3	8 27,6	9 31,0	1 3,4	1 3,4	4 13,8	2 6,9	1 3,4	2 6,9	1 3,4	29 21,3
4	2 16,7	2 16,7	2 16,7		4 33,3	1 8,3		1 8,3		12 8,8
5						4 51,1			3 42,9	7 5,1
6		1 100,0								1 0,7
7	1 33,3					1 33,3	1 33,3			3 22
8					2 100,0					2 1,5
9	1 25,0					1 25,0	1 25,0		1 25,0	4 2,9
TOTAL	22,1	26,5	5,1	4,4	20,6	5,9	3,7	8,8	2,9	100,0

2 - Consumo cultural e padrões de estilos de vida

O grupo é composto, de modo geral, de entusiásticos usuários dos recursos do centro da cidade. Eles tendem a utilizar os cafés e bares da moda e os “pubs” mais populares dentre os tradicionais. De fato, o uso de bar e *pub* era o que eles mais tinham em comum. Um dos bares mais populares - The Cornerhouse - que foi visitado por mais de 50% do grupo, pode ser descrito como um bar de estilo *designer*, localizado no cinema/galeria independente da cidade. Outros bares visando uma nova moda de consumo de cervejas continentais engarrafadas e cafés-expresso tenderam a atrair 35% do grupo. O uso freqüente e regular de *nightclubs* ocupou cerca de 30% de nossa amostragem, e os outros 30% conheciam, ou já haviam usufruído dos *clubs*⁸. No entanto, 40% tinham um conhecimento limitado sobre estes, e haviam usufruído pouco ou nada deles. Em termos de conhecimento e uso dos *clubs*, o Hacienda se destacou - o que não é surpreendente dado sua reputação internacional no conjunto dos *clubs*⁹: quase 40% do grupo o haviam visitado, e 12% iam com freqüência.

Em comparação, a freqüência a concertos de música clássica foi limitada, mas ainda assim estava acima da média nacional: 15% haviam assistido a Orquestra Hallé, sediada em Manchester, durante os últimos seis meses, embora menos de 5% o fizessem regularmente. A relativa limitação do consumo de música clássica também se refletiu na pontuação na questão que envolvia conhecimento. Apenas 19 pessoas conheciam seis ou mais compositores de nossa lista de obras. Esta questão visava uma fácil comparação à pontuação de Bourdieu, que fora muito mais alta. Usuários assíduos de música estavam amplamente distribuídos através da estrutura ocupacional, com um número notável de professores e gerentes.

A freqüência a teatros foi muito maior. Em particular, o Royal Exchange, o principal teatro de produções da cidade, havia sido visitado por 50% do grupo nos últimos seis meses. A oferta popular e variada das produções visitantes dos teatros Palace e Opera House atraíram mais de 30% do grupo. Entretanto, a freqüência aos eventos menores e mais especializados foi menor: 14% para o Library Theatre e 7% para o Contact Theatre.

A freqüência a galerias foi similarmente alta: 44% haviam visitado a City Art Gallery, e 30% a galeria Whitworth; entre 10% e 20% eram usuários assíduos de galerias, um nível de freqüência também obtido pelas principais galerias privadas, assim como a Tate North (Liverpool) e as principais galerias de Londres. As respostas aos questionários sobre arte foram aquelas que Bourdieu consideraria como garantidas - mas devemos admitir que as oportunidades dentro do

⁸ No sentido de ‘disco-club’. N.T.

⁹ No original. Trata-se de listagem de eventos e locais acompanhada por críticas. N.T.

questionário para a exibição de um maior entusiasmo eram limitadas, o que caracterizou estas respostas poderia ser igualmente entendido como disponibilidade: eles estavam dispostos a ver, mas não exatamente a procurar o quê ver. A frequência, por exemplo, ao Festival do Expressionismo que aconteceu na cidade em setembro de 1992 foi relativamente baixa, com 18%.

A audiência e a informação sobre filmes (incluindo certo grau de conhecimento) foi média ou alta para 50%, e alta para os usuais 10% a 20% de especialistas. Havia uma disponibilidade substancial para novos e variados tipos de cinema, com 13% expressando interesse por filmes experimentais, e 37% por cinema independente. A base do gosto por vídeos - horror - tinha pouco apelo, mas *thrillers* e comédias (40% a 50%) captaram o entusiasmo principal.

Podemos concluir que o grupo é de entusiásticos usuários dos recursos da cidade, embora grande parte de seu uso pode ser descrito como mediano. Onde o acesso era desconhecido, ou existia a ameaça de uma situação de aborrecimento, o uso caía muito. Embora seja correto afirmar que, de modo geral, eles são usuários entusiásticos, 25% fizeram pouco ou nenhum uso das facilidades culturais; por exemplo, não foram a galerias nem a teatros. Isso poderia sugerir certa continuidade dos laços sócio-culturais de uso do tipo tradicional e familiar.

3 - Indicadores da escolha de estilos de vida

Pelo menos 40% eram de leitores de jornais de qualidade, diários e dominicais. O *The Guardian* e o *Independent* lideram, com o *The Times* e o *Daily Telegraph* logo atrás. O *The Times* lidera aos domingos, mas é superado pela combinação do *Independent* e *Observer*. A revista mais lida é *City Life*, a “list and crit” de Manchester¹⁰. Dentre as nacionais, *Viz* (24%), *Cosmopolitan* (24%) e *Private Eye* (21%) estão logo acima de *Economist* (18%). Revistas especializadas como *The Face* e *I.D.* são para entusiastas. ‘*Q*’ é lida por 11%, ‘*ID*’ por 9%. A *New Musical Express* as supera com apenas 13%. A leitura de *City Life*, uma revista de listagens de eventos, é claramente notável, assim como a preferência geral por análises políticas e sociais.

As duas estações de rádio favoritas foram as *Radio 1* (43%) e *Radio 4* (44%). A *Radio 3* conseguiu 13% de ‘entusiastas’ (N.B. à frente da *Classic FM*). A estação de rádio pop comercial local obteve 33%, e a *BBC* local, 9%. Dado o caráter da questão que não limitava o número de respostas positivas, a pontuação dos tipos de programas de TV foi alta, com particular interesse por noticiários (71%), filmes (77%) e documentários (67%). As novelas atraíram metade da amostragem, assim como a comédia alternativa e o drama. Apenas os seriados clássicos e os dramas

¹⁰ Movimento musical nativo à cidade de Manchester. N.T.

leves obtiveram um interesse relativamente pequeno respectivamente, em 35% e 25%. Noticiários, incluindo os de análise como *Panorama*, eram populares (mais de um terço assistia ao *Channel Four News* e *Panorama*), nos quais a vida selvagem, ciência e viagens eram as escolhas mais comuns.

Eles foram muito claros quanto à escolha de amigos. Eles devem ser animados (50%), sociáveis (63%) e divertidos (65%). A resposta foi mínima no que se refere a serem refinados (8%), de boa formação (8%) ou artísticos (15%), embora este último ainda deixe espaço para discussão. Há algum apoio para as virtudes puritanas, como consciencioso (22%) e equilibrado (24%). A característica “com estilo” obteve 12%.

O questionário não revelou gostos excepcionais por música popular. *Soul* foi a categoria mais popular. Curiosamente a música em voga naquele momento - música independente de Manchester e o estilo *House/Rave* - obtiveram apenas pontuação para ‘entusiastas’ - por volta de 18%. Este foi um questionário apresentado quando o “Madchester” estava em seu ápice¹¹. Os artistas favoritos (escolhidos em lista) foram Madonna, Phil Collins e Prince.

Quanto ao esporte, 43% eram ativos, sendo os esportes aeróbicos de natação, ciclismo e corrida (21 %) os mais populares. Logo em seguida estavam o atletismo e exercícios para manter a forma (8%) e jogos de bola (15%). Dentre as outras atividades de lazer, diferentes das já mencionadas, a mais popular por uma larga margem foi caminhar, à qual 30% se dedicavam freqüentemente e outros 30%, de vez em quando. Atividades culturais como, aprender um instrumento ou pintura, ficaram na faixa dos ‘entusiastas’. A combinação não é desconhecida nem evidentemente nova.

No conjunto, as adesões a organizações foram mais notáveis. As que obtiveram apoio, mais passivo que ativo, foram as de políticas alternativas, a nova política do “por uma boa causa”. Organizações como *Greenpeace*, *Oxfam* e *Friends of the Earth* receberam alto grau de aprovação, de 70% para mais. Por 50% foi expresso claro apoio ao *Gay Liberation* e *Women's Liberation*. Partidos políticos ortodoxos conseguiram no total níveis de aprovação menores. A filiação foi, de modo geral, bem baixa: com 70% de apoio, o *Greenpeace* tinha apenas 4% de filiados; 41 % apoiariam o *Labour Party*, mas apenas 3% eram membros - a mais baixa filiação dentre os principais partidos. De modo similar, 58% apoiavam os *Verdes*, mas a filiação era abaixo de 2%. Os *Conservadores* eram apoiados por 24%, dos quais 5% eram membros.

Este grupo, em geral (embora lembrando o um quarto de partidários conservadores) não era classicamente político, mas de esquerda, expressando apoio massivo a novos movimentos políticos, mas não a participação nestes.

¹¹ Vide nota 3.

4 - *Análise de correspondência - fatores subjacentes ao consumo cultural*¹²

Central para nossas preocupações, conduzimos uma análise multivariada de homogeneidade numa tentativa de obter um mapa do consumo cultural dos residentes do centro da cidade, eficiente o bastante para indicar uma resposta às nossas questões. Neste procedimento, as relações entre as sete variáveis de “indicadores culturais” foram exploradas. Estas sete variáveis derivaram de discussões a partir de entrevista preliminar em profundidade, e dos resultados etnográficos. Elas foram as seguintes:

1. Música: Conhecimento de compositores, questão 19, escala de 1 a 4. Note que este é um teste razoavelmente ‘objetivo’ de compositores clássicos, diferente de outras questões. As respostas não derivam da frequência.
2. Filmes: Conhecimento de diretores de filmes na questão 32, escala de 1 a 3, conforme Bourdieu.
3. Teatro: Visitas regulares ao teatro, seções relevantes da questão 1, escala de 1 a 5. A variável reflete os pesos tanto para a frequência de comparecimento ao teatro quanto de comparecimento a eventos relativamente ‘sérios’ - por exemplo, uma visita ao Palace vale menos na escala do que uma visita ao Library Theatre.
4. Moda: Atitudes quanto à compra de roupas, questões 12 e 13, escala de 1 a 4. Para a mais alta pontuação, os entrevistados deveriam preferir roupas que refletissem a moda, ou que fossem ‘ousadas e fora do comum’. Além disso, deveriam comprar principalmente em pequenas boutiques de moda.
5. Galeria: Visitas a galerias de arte, seções relevantes da questão 1, escala de 1 a 4. Para pontuação mais alta, os entrevistados deveriam visitar galerias freqüentemente, inclusive as localizadas fora da cidade.
6. Política: Filiação a organizações políticas e voluntárias, questão 61, escala de 1 a 5. Dado o caráter emergente das organizações políticas da amostra, esta variável reflete o grau de envolvimento ou de oposição a ‘novos temas políticos’. Para pontuação igual a 4 um entrevistado deveria expressar um apoio bem geral a organizações ecológicas, de liberação e de caridade, juntamente com uma atitude política genericamente inclinada à esquerda. Para uma pontuação igual a 5 os entrevistados deveriam, além disso, ser membros de organizações relevantes. Para

¹² Isso surge como uma troca de informações reveladora a um interlocutor que sugere exatamente tal processo. “No meu modo de ver existem mercados mais elevados, locais nos quais os códigos dominantes permanecem absolutamente eficientes; e estes lugares são onde os principais jogos são jogados - ou seja, no sistema acadêmico (na França, no sistema das *Grandes Ecoles*, nos lugares onde são selecionados os executivos)”. Mas isso é se esquivar da questão sobre o que acontece com estes códigos se grandes seções do espectro social não mais aceitarem o sistema universal de classificação. Vide Bourdieu ‘Doxa and common life’, *New Left Review* 191 Jan/Feb 1992.

pontuação igual a 1 os entrevistados deveriam expressar uma oposição ativa a certos aspectos das novas políticas.

7. *Clubs*: Familiaridade com *clubs*/eventos, questão 3, escala de 1 a 3. Esta envolveu fatores de reconhecimento e 'informação' assim como a frequência.

Os resultados iniciais sugeriram que uma tentativa de reduzir as dimensões a apenas duas produziria uma representação pobre das relações. Os mapas apresentados são o resultado da escolha de uma solução 'tridimensional'.

O Gráfico 6 mapeia a pontuação do objeto em todas as variáveis apresentadas aos casos (entrevistados). Claramente, a massa dos pontos está bem agrupada, com uma pequena proporção distinta na 'franja'. Não há nenhuma parte separada óbvia. Isso sugere novamente que temos um grupo relativamente homogêneo, desta vez em termos de gosto cultural.

O mapa de medidas discriminatórias (Gráfico 7) sugere que a primeira dimensão no caso multivariado relaciona-se fortemente ao conhecimento de diretores de filme, e, em segundo lugar, de música. A moda é fraca como medida discriminatória nas duas primeiras dimensões. As visitas ao teatro, galerias e *clubs* e políticas estão no meio.

O efeito da influência de conhecimento de filmes e músicas é visto com clareza no mapa das quantificações de categorias (Gráfico 8). Este mapa junta as categorias nas quais o objeto teve a mesma pontuação. A primeira dimensão diferencia-se o mais claramente nas categorias de conhecimento de filme, a segunda em pontuação sobre música.

Partindo do lado esquerdo do *plot*, o baixo conhecimento de diretores de filme (fl1) está fortemente associado à pequena pontuação em visitas a galerias (g1), em teatro (t1) e música (m1). Do lado direito, uma pontuação alta em conhecimento de filmes (fl3) está associada à elevada pontuação em visitas a galerias e teatros (g4, t5). Pontuação elevada em políticas também está associada à pontuação elevada em conhecimentos de filmes.

Embora a segunda dimensão discrimine de forma mais clara em termos de conhecimentos musicais, ela também discrimina em todas as dimensões - exceto políticas - entre pontuação alta e pontuações média e baixa. Deve-se lembrar que uma pontuação igual a 1 em política indica um nível de oposição ativa, o que não é a característica das pontuações 2 e 3. Nestes indicadores tratamos as escolhas políticas como uma variável cultural. Isso justifica-se em nosso argumento e em termos da pontuação bruta. Esta última mostra uma clara 'tomada de posição' com um ativismo real muito menor. Teoricamente, acreditamos que nossa amostra define-se amplamente a si mesma por uma posição explícita com relação à 'novas políticas'.

Experimentalmente, dada a solução tridimensional, propomos que as dimensões sejam:

1. *Conhecimento Cultural* (de gosto 'baixo' a 'alto').
2. *Ativismo e Envolvimento*.
3. *Estilo*.

Portanto, lemos o mapa utilizando a primeira dimensão de níveis de conhecimento cultural. A segunda dimensão envolve níveis de envolvimento ativo. A mais alta pontuação para música (m4) é expressão de um profundo envolvimento com música. Uma pontuação p1 ou p5 em políticas indica ativismo e pensamento independente nas duas pontas do espectro político. Uma pontuação g4 em visitas a galerias indica um uso ativo de recursos de arte, local e nacionalmente. A pontuação F4 em moda põe uma preocupação com roupas e estilo no centro do envolvimento.

Em termos de nossas questões originais, os mapas, vistos em conjunto, indicam que a maioria da amostra em estudo é culturalmente ativa, com as políticas alternativas funcionando, assim como outras dimensões culturais. Ela é um grande 'centro' com uso substancial, mas não de elevado capital cultural (como o chamaria Bourdieu), ou de uma prática cultural de experimentação. Há então em cada dimensão cultural um grupo bem menor de entusiastas sérios. Este grupo inclui aqueles que têm pontuação alta em todas as escalas, exceto em moda e frequência a *disco-clubs*.

Há, além disso, um agrupamento de pontuações baixas em todas as dimensões. Interpretaríamos isso em relação aos 25% da amostra que fazem pouco ou nenhum uso das facilidades culturais e que têm pontuação baixa nos testes de conhecimento e 'gosto'. A única anomalia óbvia a esta interpretação geral é que uma pontuação alta em idas a *clubs* vale pouco em termos de compromisso e ativismo. Deve-se lembrar que esta questão remete tanto informação e reconhecimento, quanto as idas de fato aos *clubs*.

O posicionamento das altas pontuações em moda próximas às baixas pontuações nas outras variáveis, parece sugerir uma separação entre ativismo em estilo e outros ativismos. Muito experimentalmente, os mapas definem um quadro de uso substancial de médio a alto, e de um alto cruzamento, sem envolvimento geral de entusiastas; com dois agrupamentos separados com pouco conhecimento e uso, e de um de muito conhecimento, uso e envolvimento ativo. Isso poderia sugerir mais uma continuidade nas fronteiras do gosto (Bourdieu) do que um 'colapso pós-moderno'; mas o tamanho relativo do agrupamento intermediário indica que esta seria uma explicação muito parcial. Melhor seria interpretarmos estes resultados como indicadores de uma des-diferenciação de gostos previamente estruturados nestes campos culturais, com o nosso relativamente grande 'agrupamento intermediário' dedicando-se ao que poderia ser chamado de uma 'cultura de

experimentação', na qual práticas e competências tradicionais são rejeitadas ou pelo menos não mais estritamente aceitas (LASH, 1990; WYNNE, 1992; WYNNE & O'CONNOR, 1992).

Gráfico 6
Pontuações

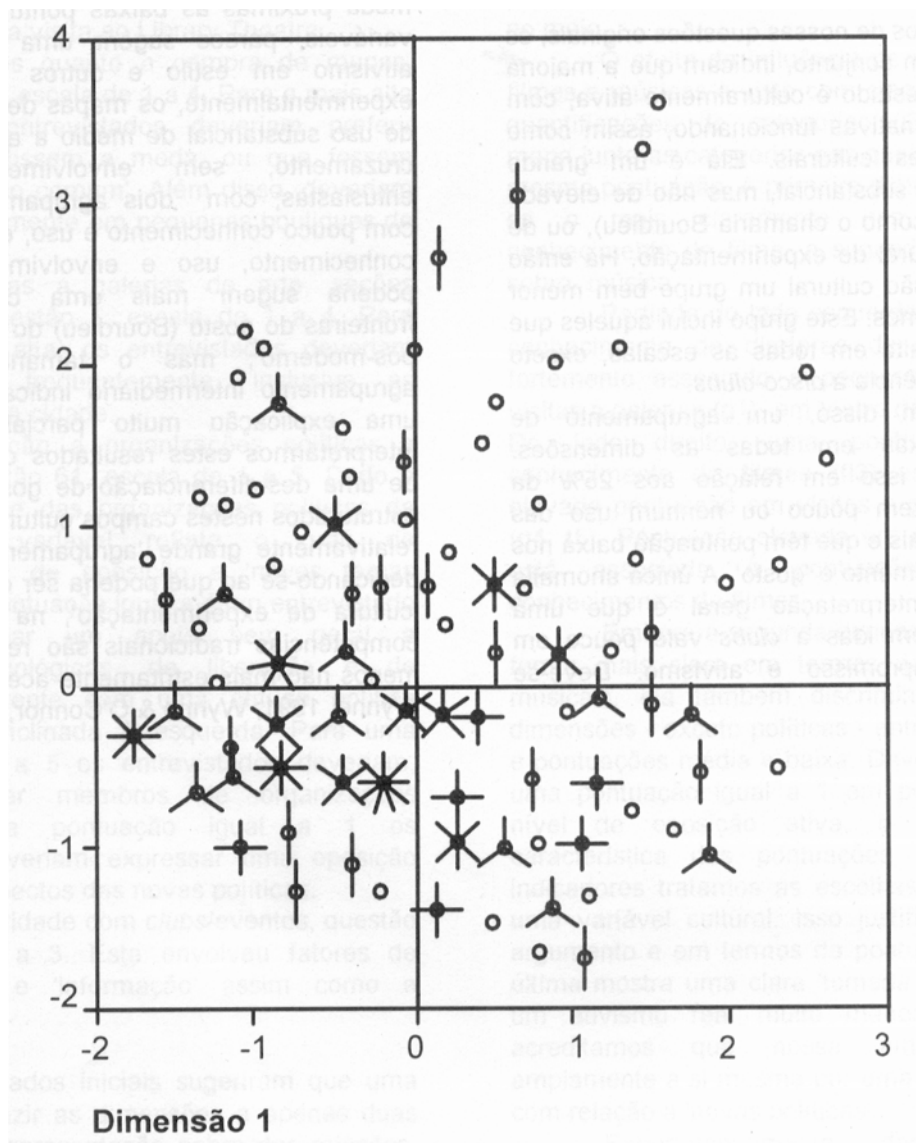


Gráfico 7
Medidas de discriminação

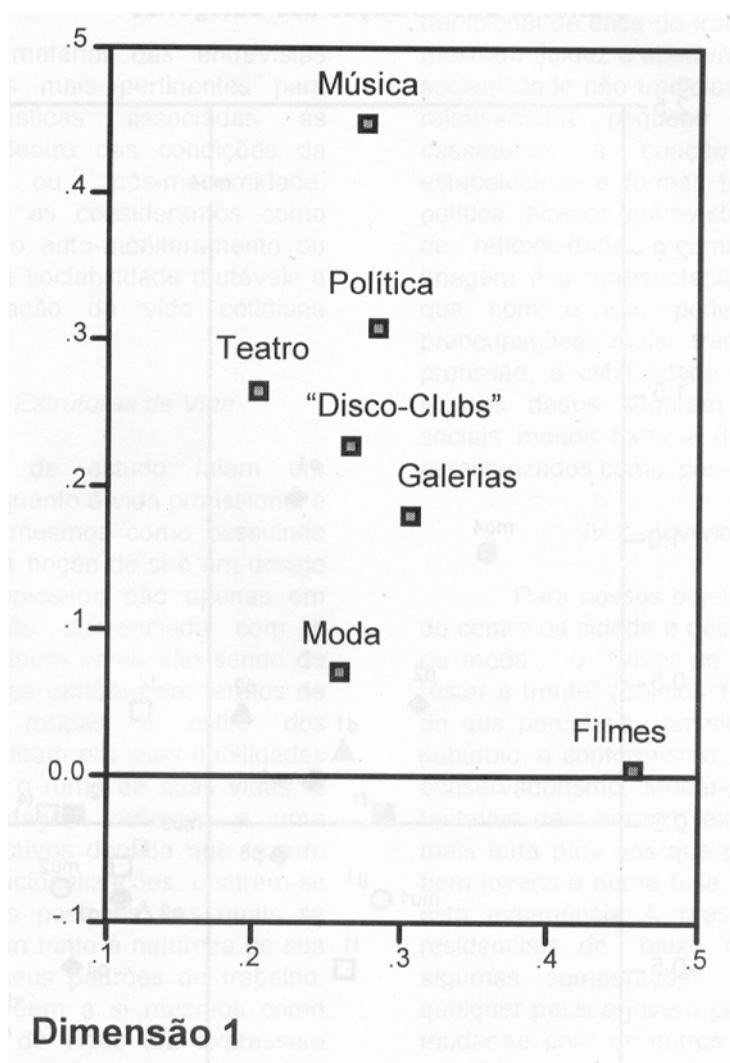
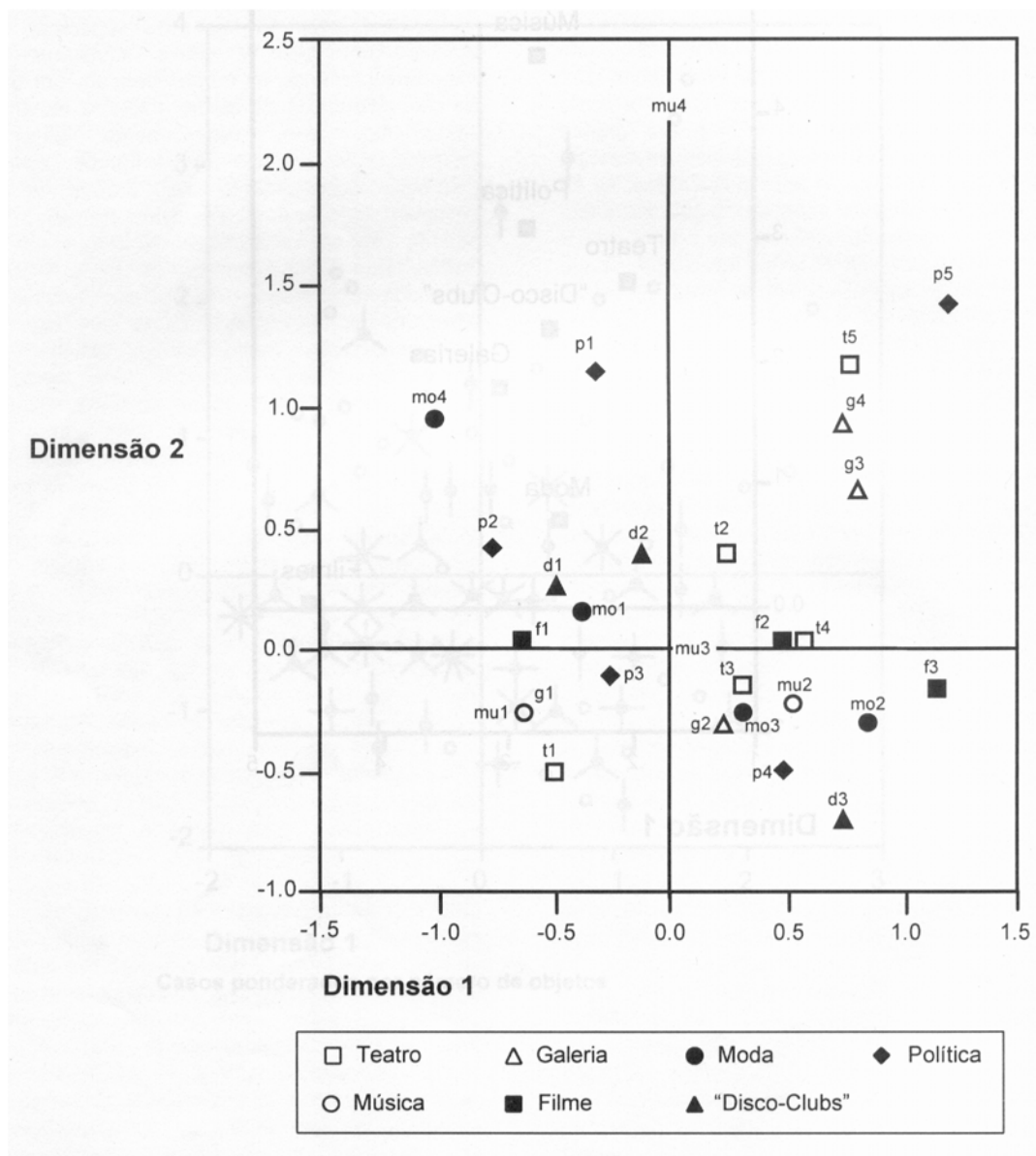


Gráfico 8
Quantificação das categorias



Análise e etnografia das entrevistas

Ao analisar o material das entrevistas enfocamos os aspectos mais pertinentes para explicar as características associadas às identidades mutáveis, dentro das condições da modernidade tardia ou pós-modernidade. Fundamentalmente, nós as consideramos como uma preocupação com o auto-monitoramento ou reflexividade, padrões de sociabilidade mutáveis e uma crescente estetização da vida cotidiana (FEATHERSTONE, 1991).

1 - Objetivos e estruturas de vida

Nossos objetos de estudo falam em possuir futuros flexíveis quanto à vida profissional e social. Eles vêem a si mesmos como possuindo poucas raízes, uma forte noção de si e um desejo de ser 'diferente' - expressado não apenas em termos de uma relação diferenciada com o trabalho, que muitos definem como não sendo de importância primária, mas também em termos de atividades de lazer, roupas e estilo dos apartamentos. Eles acreditam em suas habilidades de fazer escolhas sobre o rumo de suas vidas, o que sugere uma abordagem reflexiva e uma preocupação com os motivos daquilo que fazem. Suas explicações ou racionalizações centram-se num 'ver o sentido' das posições nas quais se encontram - que associam tanto à natureza de sua sociabilidade quanto a seus padrões de trabalho. Números significativos vêem a si mesmos como dedicados à construção de vidas (ou expressam desejo de sê-lo), onde o trabalho e a vida social se interpenetram de tal maneira que se tornam progressivamente indistintos. Eles não vêem a si mesmos como pertencentes a algum lugar em particular - seus 'eus' são bem abrangentes e 'esparços' - e os pertences queridos podem ser 'colocados dentro de uma caixa' e levados com eles. Os sonhos e futuros não se relacionam especialmente com o fato de possuir profissões 'importantes' ou bem pagas. Pelo contrário, a preocupação parece ser a qualidade de vida e a incerteza sobre o futuro. Eles vêem o futuro como problemático - política, social e economicamente. É duvidoso que estes fatores possam ser facilmente separados.

Nossos entrevistados mostram um forte envolvimento com o uso dos recursos culturais e outras formas de lazer, e um envolvimento relativamente pequeno com qualquer forma tradicional de ética do trabalho. Os estilos de vidas mostram fluidez e abertura em relação a formas de sociabilidade não tradicionais, e um envolvimento relativamente pequeno com, por exemplo, o casamento, a criação de filhos, religiões estabelecidas e formas tradicionais de expressão política. Nossos entrevistados exibem altos graus de reflexividade e uma preocupação com a imagem e a apresentação do "eu" mais forte do que com o que poderia ser descrito como preocupações mais tradicionais, tais como a profissão, a estabilidade e os

rumos da carreira. Nossos dados sugerem a adoção de códigos sociais menos fixos e de valores que têm sido caracterizados como 'pós-68' (MARTIN, 1981).

2 - Vivendo na cidade

Para nossos objetos de estudo, a natureza do centro da cidade é descrita como sendo "a cena da moda", o "viver no coração das coisas" e o "estar à frente" (SHIELDS, 1993). Isso não se separa do que percebe-se ter sido deixado para trás - o subúrbio, o conformismo, a vida familiar isolada, o conservadorismo. Mudar-se para o centro é uma tentativa de 'abrir-se', 'explorar', embora isso seja mais forte para uns que para outros. Alguns eram bem jovens e numa fase em que estavam aptos a esta experiência. A presença de dois conjuntos residenciais de "baixo custo" nos lançou para algumas comparações interessantes. Enquanto qualquer pessoa jovem precisaria de dinheiro para mudar-se para os outros empreendimentos, estes dois últimos estavam abertos para qualquer um que fosse capaz, como um deles colocou, de 'forçar sua entrada' através de autoridades das associações de moradia e do conselho local. Nossos entrevistados usavam diferentes vias e capitais sociais (suspeitamos aqui de entusiastas) mas vieram pelas mesmas razões: a idéia de viver 'no centro/à frente/longe dos subúrbios' era forte.

Isto apontou também para as muitas possibilidades diferentes abertas pelo espaço do centro. Isso é mais pronunciado no grupo da faixa etária entre 25 e 35 anos, que tomou uma posição deliberada de se afastar do estilo de vida do subúrbio. Embora este grupo seja o alvo comum dos investigadores, neste estudo foi difícil vê-los como 'yuppies'. O centro é procurado no sentido de diversão, sociabilidade, hedonismo, mas não encaixado no *ethos yuppie* de 'trabalhar muito e divertir-se muito'.

Grande parte da atração do centro, além de sua capacidade de representar uma 'vanguarda', era sua função enquanto palco. Sentia-se que a apresentação do "eu" era muito mais teatral aqui que em outras áreas. Esta é uma caracterização comum de cidades grandes, embora não necessariamente de cidades industriais. O debate sobre globalização geralmente tem se centrado em fluxos de informação e bens, e em como estes têm impacto sobre o sentido de lugar. Muito menor tem sido o trabalho feito sobre como as culturas locais da cidade respondem a isso. Os agentes envolvidos em 'recriar a imagem' das cidades são múltiplos e de efeitos complexos. Em Manchester, o centro da cidade como palco abriu espaço para um reino de experimentação e negociação da identidade, que pode ter envolvido visitantes uma noite por semana, mas que foi amplamente sentido por seus residentes. Dentre os mais fortes destes grupos estava a população gay que avistou um dos residenciais como seguro e conveniente para acesso aos eventos da 'vila gay'. Este sentido de centro da cidade como palco e vanguarda também poderia ser

encontrado nos café-bares nos quais os entrevistados sentiam que um distanciamento dos *pubs* tradicionais faziam Manchester parecer mais ‘européia’. Esta palavra operou em um número de níveis diferentes, mas para os residentes foi sentida como uma fonte de abertura e mudança freqüentemente lida como paralela àquela de suas próprias vidas. Ao mudar-se para o centro eles se abriram para estas novas possibilidades, enquanto consumiam a distinção cultural em oferta (a imagem dos empreendedores) de maneiras não pretendidas pelos incentivadores dos empreendimentos residenciais (O’CONNOR & WYNNE, 1997).

O trabalho anterior feito pela Central Manchester Development Corporation e outros (DERBYSHIRE, 1989; JOHNSON, 1989) sugeriu que as mudanças de residência para o centro da cidade poderiam ser explicadas igualmente pela vantagem econômica e pela conveniência para o trabalho e lazer. Através de nossos entrevistados descobrimos que as razões para sua mudança tinham principalmente a ver com a atração de se viver no centro. Foi sobre esta atração percebida que nos concentramos. Estudos anteriores sobre gentrificação enfatizaram os aspectos econômicos e culturais do deslocamento de residentes existentes (classe baixa) e o estabelecimento de lugares ‘da moda’, como parte do *habitus* de uma nova fração de classe ou grupo. Apontamos anteriormente para as dificuldades deste debate e para as ambigüidades de tal grupo. Neste estudo não houve este deslocamento, e a viabilidade dos novos apartamentos enquanto ‘investimentos’ é incerta dado o mercado recente das cidades provinciais britânicas. Compreender este deslocamento para o centro tornou-se parte importante de nossa investigação - de que maneira isso representa um ‘investimento cultural’, ou seja, viver na cidade como sendo uma estratégia de distinção, conforme caracterizado por autores como Zukin?

Conforme sugerido acima, nossos entrevistados estão dispostos a abrir mão de certas coisas para se dedicar a prazeres sociais e culturais, com um certo sentido de ‘pioneiro urbano’, mas discretamente e mais ligados ao desenvolvimento do próprio “eu” do que em se anexar à vizinhança em busca de valor econômico. No debate da gentrificação, o valor cultural de uma boêmia e o desenvolvimento do “eu” através de experimentação cultural são vistos como cruciais, mas isso é mais descrição e preconceito do que evidência convincente. Para muitos que entrevistamos, suas escolhas refletem menos as estratégias acima - que estão presentes até certo ponto - do que um estilo de vida particular como resposta à insegurança, às mudanças nas expectativas do curso da vida, rupturas conjugais, conhecimento de identidades sexuais ‘alternativas’, e um compromisso com a exploração da fluidez das possibilidades de vida, freqüentemente (embora não sempre) forçada sobre eles. Novamente, o fio político os liga não a um ‘yuppismo’, mas a uma cultura ‘pós-68, verde e politicamente correta’ (BETZ, 1992; BRAMHAM, 1993; KENNEDY & PURKIS, 1993).

3 - Centralidade: distinção - identidade - palco

Além do exame de alguns espaços culturais usados por nossos objetos, a etnografia também examinou alguns dos atores e agentes envolvidos com a reestruturação do centro. Descobrimos que a suposta unificação do capital cultural e econômico, conforme argumentado por certos teóricos da gentrificação (ZUKIN, 1992), e da cidade pós-moderna (COOKE, 1988; HARVEY, 1989a & b), era muito mais complexa. A necessidade de lidar com as competências específicas daqueles envolvidos com a produção e distribuição de cultura, e a necessidade de manter a atividade cultural distante da identificação direta com as demandas do capital econômico apontou serem relativamente autônomas as crescentes redes entre agências de desenvolvimento, o conselho da cidade, os empreendedores e os intermediários culturais associados (O'CONNOR & WYNNE, 1997).

Aqueles 'intermediários culturais' associados ao novo centro cada vez mais eram um grupo diverso. Se suas redes se originaram no mundo cultural da arte elevada, eles gradualmente se espalharam para o mundo da música pop, para as indústrias culturais e de entretenimento. Assim os intermediários culturais tinham um papel ativo crescente na definição da imagem cultural a ser apresentada. O modelo da 'alta cultura' progressivamente deu lugar a uma ênfase na sociabilidade e na vibração da vida cotidiana que tendia à cena 'pop'. Embora os números de nossa amostra não mostrem um 'entusiasmo' por música *pop* e por ir a *clubs*, a etnografia e nossas entrevistas continuamente ressaltam a atração do centro como o lugar 'da cena da moda' e ligado diretamente à vibração desta.

Como tal, a importância do centro como uma (possível) fonte de capital cultural surge associada à sua vibração. Em Manchester isso é diferente daquele processo descrito por Zukin; Manchester está apostando em ser uma cidade de cultura tanto para o mundo anteriormente marginal da cultura *pop*, quanto para os dominantes mundos da arte. Pode-se dizer coisas semelhantes sobre o papel da cultura *gay* nos últimos anos e a disposição do Conselho Municipal e do Central Manchester Development Corporation em promover isso como um dado cultural "a mais". Tal resposta deve ser entendida como ligada tanto aos problemas econômicos de Manchester quanto à sua necessidade/desejo de se promover como uma cidade 'internacional'. Neste contexto, a regeneração cultural liga-se à distinção de classe e é feita via uma recriação da imagem da identidade da cidade como uma Cidade de Classe Operária no Norte Industrial, cuja reivindicação por um *status* na produção mundial desapareceu. Assim, a regeneração cultural é explicitamente relacionada pelos entrevistados e usuários do centro a uma recriação da imagem de lugar.

Isto é complexo como uma questão de agência, mas é também complexo em seus efeitos. Poder-se-ia argumentar que a imagem do lugar foi crucial para a adição de capital econômico e cultural daqueles grupos que surgem para ganhar de forma direta com a posição internacional de Manchester (embora a amplitude deste grupo traga seus próprios problemas). Mas isso seria ignorar a renegociação de identidade envolvida. Um novo modo de criação do centro como central, ligado à “alta cultura” e à vibração cultural enquanto vida cotidiana, atraiu grupos que usariam esta centralidade de modos diferentes criando um estilo de vida e um *habitus* que nossa etnografia não pode localizar como sendo de fração de classe.

As práticas diárias fora do trabalho de nossos objetos de estudo no centro também refletem a renegociação de lugar, em nível regional e nacional, e, de forma importante, também relacionam-se com uma renegociação de identidade - ‘o que é ser do Norte’ (SHIELDS, 1991), e o que demarca uma ‘qualidade de vida’. Isso relaciona-se a achados particulares em nossa amostra e ajuda a explicar o que chamamos de cultura ‘média’. Este grupo tem um papel para a cultura, mas seu significado deve ser encontrado nas práticas sociais mais amplas e nos padrões de sociabilidade e diversão, e menos numa adição de capital cultural. O padrão tradicional de um grupo social ascendente aspirando a ter o capital cultural de um grupo mais elevado, seja através de imitação ou de superação não é mais para nós um modelo viável. O autodidata transformou-se em *flaneur* e *bricoleur*.

Conclusão: teorizando os novos intermediários culturais

Examinamos a hipótese segundo a qual os objetos de nosso estudo representariam parte de uma nova classe média associada à promoção de estilos de vida pós-modernos, e que isso poderia ser visto como parte de uma estratégia de distinção que pretendia subverter as hierarquias existentes, e permitir a inserção/ocupação de uma nova posição de poder em um campo cultural modificado. Em relação a nossos achados gostaríamos de apresentar quatro pontos.

Primeiro, quanto a serem uma nova classe média de intermediários culturais indicada por ocupação na esfera da cultura/mídia: eles geralmente não pertencem a tais setores ocupacionais - embora a maioria tenha base nos setores de conhecimento / indústrias de serviço / e setor público.

Segundo, a maioria de nossos objetos de estudo não é particularmente rica em elevado capital cultural, nem parece dedicar-se a adquiri-lo; se há uma fração ‘ascendente’, então o capital de ‘alta cultura’ não parece ser um modo fundamental de garantir essa trajetória. Tampouco poderiam ser vistos como sendo vanguarda em suas preferências culturais, ou criadores do gosto nos campos de moda e estilo

de vida. Há entusiasmos na amostra, mas estes não entrecruzam com outros entusiasmos. Muitos tendem em direção ao capital cultural de nível 'mediano' e mostram uma desconfiança da vanguarda se ela é vista como 'pretensiosa'. Podemos sugerir que para esta amostra os bens da cultura elevada eram importantes, mas não se estava aspirando a modelos culturais de uma classe mais alta, nem tentando renegociar o campo cultural através do uso de formas vanguardistas. Isso enfatizaria bem as dificuldades que a noção de economia simbólica de Bourdieu possui, face a uma possível proliferação ou enfraquecimento de códigos culturais¹³.

Terceiro, as divisões óbvias entre 'alta cultura' e 'cultura *pop*' não fornecem qualquer demarcador estrutural dentro da amostra. A pontuação em filmes indica isso, embora tenha há bastante tempo deixado de ser um "*outsider*" cultural. Conhecimento e gosto no campo da música *pop* pareciam refletir as separações gerais entre entusiasmo e agrupamento médio, o que somente confirma que não apenas a música *pop* deixou de significar 'baixa' cultura dentro da classe média educada, e como tampouco representa particularmente um 'movimento de vanguarda'. O impacto da cultura 'popular' no campo cultural é algo que Bourdieu parece não desejar reconhecer¹⁴.

¹³ Vide a nota anterior. Naquela troca ele vê a valoração da 'cultura de massa, cultura popular e etc.' como parte de um 'chique dominante' entre intelectuais cuja valoração positiva de algo tal como *rap* é de fato uma forma de distinção, dizendo 'você não enxerga isso, mas eu sim e sou o primeiro a enxergá-lo'. Qualquer valoração assim positiva da música *pop* 'superestima a capacidade destas novas coisas mudarem a estrutura da distribuição do capital simbólico... Você mistifica as pessoas quando diz 'Veja, *rap* é legal'. A questão 13: esta música realmente muda a estrutura da cultura? Argumentaríamos que a própria natureza retórica da questão enfatiza a impropriedade desta resposta. A questão separada da cultura da classe trabalhadora é crucial aqui, mas está além do escopo deste estudo.

¹⁴ Para uma visão geral da bibliografia e da discutida definição da palavra '*Yuppie*' vide Whimster (1992). O papel desta palavra como uma expressão 'vale-tudo' é revelada no último parágrafo onde Whimster faz as contradições da vida do *yuppie* carregarem o peso das contradições da própria modernidade: 'Se o jovem profissional criará uma redenção, expressiva e secular (a la Habermas) ou uma salvação através do consumo (Bourdieu), ou se ele ou ela estará, enfim, simplesmente além da redenção são questões e direções que deveriam valer uma futura investigação'.

Isso fornece uma base bem instável para uma investigação em regeneração urbana - nossa pesquisa tem suas premissas na necessidade absoluta de começar a embasar este tipo de afirmações sobre mudanças culturais contemporâneas em alguma forma de investigação empírica.

Dois artigos recentes enfatizam isso. Betz (1992) mostrou que muitos dos 'nova classe média' são de fato politicamente ativos de maneira raramente reconhecida em discussões neste tema. Isto é sustentado por nossa pesquisa e pela feita por Bramham et al (1993) em Leeds. Vide também Bonner, F. & Du Gay, P. (1992). Eles tentaram fundamental uma descrição do posicionamento ético e político desta 'nova classe média' baseados puramente na leitura do programa de televisão *Thirtysomething*.

Para uma visão mais ampla da mudança cultural na Inglaterra na metade deste século ver Martin (1991). Seu trabalho precede os detalhes atuais mas oferece um bom referencial para boa parte do que foi tratado.

Finalmente, o divórcio entre ativismo em estilo e ativismo cultural é ambíguo. Ele poderia apontar para uma preocupação com a moda entre ‘as que tiveram pontuação menor’, ou uma desconfiança quanto à noção de ‘estar na moda’ dada pela questão. Esta última poderia indicar um ascetismo ligado ao capital cultural, uma qualidade ‘do Norte’ discutida acima, ou uma recusa da ‘moda’ dentro da valorização da espontaneidade e do individualismo, uma autenticidade que é forte dentro da cultura ‘pop’. Também pode ligar-se à política cultural do grupo, que tende a uma valorização da diferença e recusa o jogo de diferenças mais estruturado da moda.

Nossos objetos não representam, assim, nada que pudesse ser estruturalmente entendido como uma ‘fração de classe ascendente’. Isso poderia ocorrer devido ao fato de nosso grupo ser pequeno demais ou de não haver nenhum aspecto comparativo construído dentro de nossa pesquisa. Entretanto, a partir dos dados que examinamos, concordaríamos que esta forma de análise de classes é um instrumento muito limitado para compreender o que está ocorrendo.

No entanto, tal análise tem reforçado muitas afirmativas sobre a natureza da gentrificação/regeneração cultural (ZUKIN, 1982; 1992; BERKING & NECKEL, 1993; LEY, 1992; WHIMSTER, 1992; BEAUREGARD, 1986; HARVEY, 1989). Ahamos que os modelos teóricos empregados precisam ser novamente abordados. A bibliografia sobre gentrificação e a bibliografia mais ampla em estilos de vida na cidade apontam para grupos cujos contornos são vagos, ambíguos e freqüentemente contraditórios. Através das várias figuras do *Yuppie*, dos novos moradores, das novas classes metropolitanas, da boêmia do centro da cidade, das ‘gerações perdidas’, da Geração X (COUPLAND, 1991), e da coorte ‘pós-68’ - encontramos uma dificuldade real em uma confirmação estrutural destes grupos¹⁵.

Em um primeiro nível, nossa conclusão é que os ‘intermediários culturais / nova classe média’ de Bourdieu parecem não ajudar, e que qualquer análise de intermediários culturais deve ser dissociada de seu papel em qualquer tese de ‘fração de classe ascendente’. Tal análise explica através da classe uma tendência a construir a identidade separada da classe (ou seja através de estilo de vida). Se este grupo realmente promove um ‘estilo de vida pós-moderno’ então ele terá um impacto geral no modo pelo qual a distinção através do estilo de vida é obtida. Todos nós fazemos hoje opções por estilos de vida. A questão é se esta classe pode, de algum modo, encerrar o campo de modo a monopolizar o resultado da distinção, ou se o fato dele explodir para além de qualquer campo singular é algo que demanda mais investigações específicas (FEATHERSTONE, 1991; O’CONNOR & WYNNE, 1992). Sustentaríamos que os debates associados a nossos objetos têm a

¹⁵ Note a dificuldade em traduzir Debussy, a quem Bourdieu vê como a quinta-essência do francês, para um equivalente - Elgar?!

ver com a multiplicação de escolhas, de certas recusas (subúrbios, carreiras tradicionais, casamento, sexo 'heterossexual'), com uma administração da fluidez e da incerteza e com um desejo de participar ou 'experimentar' diferentes mundos sociais e culturais.

Situar o que dissemos acima dentro de uma estratégia de 'distinção', requereria uma expansão considerável do modelo de Bourdieu no contexto de: primeiro, formações nacionais/culturais distintas; segundo, a oposição províncias/capital e norte/sul conforme ela opera na Inglaterra; terceiro, o impacto das mudanças no campo cultural ocorridas desde quando o estudo original de Bourdieu foi realizado.

Uma compreensão das diferenças tradicionais no papel da cultura dentro das formações nacionais, e especialmente o papel que ela exerce ao assegurar a coesão e/ou a distinção das frações de classe média dentro dela, exigiria um trabalho histórico amplo. Enfatizaríamos especialmente o papel diferente da cultura de vanguarda, que funciona como uma estratégia de 'superação' na França de forma muito mais poderosa que na Inglaterra, e que pode manter-se como uma articulação da 'França-como-cultura' de um modo impensável na Inglaterra¹⁶.

No que se refere às divisões Província/Capital e Norte/Sul sugeriríamos que a relutância em propagandear a competência cultural e a resistência às afirmações que apontam para uma atitude de vanguarda podem representar uma recusa do modelo cultural associado a Londres e uma resistência à pretensão, dados que marcam a cultura do Norte. Enquanto encontramos uma abertura para novas formas culturais, e para superação de fronteiras, também resta uma consciência da 'preciosidade' que possui velhas raízes na cultura (Inglesa) do Norte.

Embora a reestruturação do campo cultural desde os anos 1960 esteja além do escopo deste estudo, o próprio debate sobre a nova classe média é em si uma maneira de explicar parte desta reestruturação. Este *survey* encontrou uma alta frequência desta classe média a uma série de formas de vanguarda, com a clara exceção da música. Música foi a forma com a qual a maioria das pessoas tinha uma maior dificuldade. De fato, aqueles que compareciam a eventos musicais eram relativamente auto-suficientes, pouco freqüentando outros eventos. Isto, associado ao trabalho mostrando o marketing e a organização do Festival, em si indicaram um modelo de participação cultural que enfatizava diversão, espetáculo, facilidade de acesso e um cruzamento de gêneros, todos ressaltados por um cruzamento da participação cultural dentro de uma participação geral na sociabilidade e no reino mais amplo da vida e lazer diários. Poderíamos interpretar isso em conjunção com as noções de 'estetização da vida cotidiana' que pode ser entendida como uma

¹⁶ O festival foi um dos primeiros a integrar eventos tradicionais de arte a espaços mais novos (livrarias, centros de *design*) e espaços de cultura *pop* como bares, *pubs*, clubes de *jazz* e cafés. Houve também uma excursão a *pubs* e um coquetel expressionista (*The Scream!*).

apresentação do “eu” através de consumo cultural e uma penetração de bens culturais dentro da vida cotidiana - uma das exigências para um estilo de vida pós-moderno. Entretanto, isso não deve ser interpretado somente em termos de estratégias de distinção. Preferencialmente, poderia ser parte de uma alteração geral que não pode ser facilmente monopolizada por uma fração de classe (MAFFESOLI, 1988; 1993).

Nessas circunstâncias o papel da cultura enquanto capital cultural pode se alterar. A relutância em se perseguir a via do capital cultural para além das limitadas áreas do entusiasmo, exceto pelo meio geral do uso cultural, poderia apontar para um modelo alterado, ou para a proliferação dos modelos de como uma pessoa ‘aculturada’ deve ser. Isso pode acomodar-se menos aos termos da competência e mais a um teste de abertura para estilos de vida, habilidade de romper barreiras, desejo de mergulhar nas coisas, e um grau de integração da fruição da cultura contido num estilo de vida sociável. Se este estilo de vida está estruturado em torno de ‘estilo’ enquanto unidade estética, ou enquanto unidade ética mais fluida, é algo que acreditamos não poder-se afirmar ao nível geral, mas estabelecer-se pela referência a grupos e contextos empíricos. A ambigüidade da ‘moda’ a que nos referimos acima representa esta dificuldade, freqüentemente usada para articular posturas éticas - assim como as políticas poderiam ser freqüentemente vistas como articuladoras de escolhas estéticas (LASH, 1990).

Acreditamos difícil explicar o que dissemos acima quanto às estratégias de distinção nos termos estritos do esquema de Bourdieu. Acreditamos que uma abordagem mais fértil envolveria a consideração do seguinte:

- primeiro, o grau no qual os deslocamentos culturais subjacentes podem ser compreendidos, possuindo implicações mais amplas ou mais permanentes. Que chamemos isso de modernidade tardia ou pós-modernidade, ou reflexividade, ou des-traditionalização, parece-nos que a tentativa de Bourdieu de descrever a mudança cultural como a luta por bens de posição está, entre outras coisas, restrita por limitar-se a uma problemática de ‘escassez’ (BECK, 1992). Precisamos olhar para o campo cultural como múltiplo e não como único; como se torcendo e deslizando para dentro e para fora da regulação e da legitimação (BAUMAN, 1992; STANLEY, 1993); como proliferação e não como soma zero; como marcado pela ambigüidade e não pela coesão estrutural; em suma, como movendo-se para além da problemática kantiana do estabelecimento de um sistema universal de gosto baseado no poder de juízo de uma classe e estado particulares (CAYGILL, 1989).

- segundo, uma tentativa de se ter acesso às recentes transformações no estilo de vida e nas mais tradicionais culturas de classe nos termos das alterações gerais dentro das quais diferentes grupos (dentre os quais ‘frações de classe’) são forçados a se posicionar. A distribuição das posições será fluida, ambígua e complexa. Não precisamos aceitar completamente Maffesoli se reconhecermos a

ascensão de novas formas 'soltas' e de formas intensas mas transitórias de sociabilidade. De maneira similar, precisamos reconhecer nestes novos grupos com estilos de vida tendências em direção à compreensão de algumas das implicações do trabalho de Beck sobre as escolhas das mulheres e o impacto do mercado de trabalho na família, ou do peso colocado sobre o grupo familiar tradicional, parte da 'transformação da intimidade' discutida por Giddens (1992).

Finalmente, uma tentativa de fundamentar relatos de grupos com estilos de vida emergentes quanto a lugar e espaço. A transformação das culturas da cidade é complexa e exige contexto. Este, deve-se ressaltar, também exige um relato mais histórico. Sentimos que o debate sobre a 'cidade pós-moderna' precisa reconhecer que, assim como o espaço, o lugar 'faz diferença'.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUMAN, Z. *Intimations of postmodernity*. London: Routledge, 1992.

BEAUREGARD, S. The chaos and complexity of gentrification. In: SMITH, N.; WILLIAMS, P. *Gentrification of the city*. Boston, Mass: Allen and Unwin, 1986.

BECK, U. *Risk society: towards a new modernity*. London: SAGE, 1992.

BERKING, H.; NECKEL, S. Urban marathon: the staging of individuality as an urban event. *Theory, Culture and Society*, v. 10, n. 4, november 1993.

BETZ, H. Postmodernism and the new middle class. *Theory, Culture and Society*, v. 9, n. 2, 1992.

BIANCHINI, F. Urban renaissance? The arts and the urban regeneration process. In: PIMLOTT, B.; MACGREGOR, S. (ed.). *Tackling the inner cities: the 1980s reviewed, prospects for the 1990s*. Oxford: Clarendon Press, 1990.

BIANCHINI, F.; SCHWENGEL, H. Reimagining the city. In: CORNER, J.; HARVEY, S. (ed.). *Enterprise and heritage*. London: Routledge, 1991.

BONNER, F.; DU GAY, P. Representing the enterprises self: thirtysomething and contemporary consumer culture. *Theory, Culture and Society*, v. 9, n. 2, 1992.

BOURDIEU, P. *Distinction: a social critique of the judgment of taste*. Cambridge, MA: Harvard University Press. 1984.

BRAMHAM, P. et al. *Unpublished paper given at the Manchester Institute for Popular Culture*, Manchester Metropolitan University, March, 1993.

CALHOUN, C. et al. *Bourdieu: critical perspectives*. Cambridge: Polity Press, 1993.

CAYGILL, H. *The art of judgment*. Oxford: Blackwell, 1990.

COOKE, P. Modernity, post modernity and the city. *Theory, Culture and Society*, v. 5, 2-3, 1988.

COUPLAND, D. *Generation X: tales of an accelerated culture*. New York: St. Martins Press, 1991.

DERBYSHIRE, C. *Report for central Manchester Development Corporation*. 1989.

FEATHERSTONE, M. *Consumer culture and postmodernism*. London: Sage, 1991.

HAIDER, D. Marketing places; the state of the art. *Commentary*, spring 1989.

_____. Making marketing choices. *Commentary*, summer 1989.

HAMMOND, J.; WILLIAMS, P. Yuppies. *Public Opinion Quarterly*, 50, 1988.

HARVEY, D. *The urbanization of capital*. Oxford: Blackwell, 1986.

_____. *The condition of post modernity*. Oxford: Blackwell, 1989a.

_____. Voodoo Cities. *New Statesman and Society*, 30, september 1989b.

HITTERS, E. Culture capital in the 1990's. *Built Environment*, v. 18, n. 2, 1993.

JOHNSON, N. *City centre living in Manchester*. Dissertation Manchester Victoria University, 1989.

KELLNER, H.; HEUBERGER, F. *Hidden technocrats: the new class and the new capitalism*. New Brunswick, NJ: Transaction, 1991.

KENNEDY, P.; PURKIS, J. *Green consumers in Manchester*. 1993.

LASH, S. *The sociology of postmodernism*. London: Routledge, 1990.

LEWIS, J. *Art, culture and enterprise – the politics of art and the cultural industries*. London: Routledge, 1990.

LEY, D. *Gentrification and the politics of the new middle class*. 1992. Paper presented to Dept. of Geography, University of British Colombia, august 1992.

MAFFESOLI, M. *Le temps des tribus. Le déclin de l'individualisme dans les sociétés de masse*. Paris: Méridiens Klincksieck, 1988.

_____. *The shadow of Dionysus: a contribution to the sociology of orgy*. Albany: SUNY Press, 1993.

MARTIN, B. *A sociology of contemporary culture change*. Oxford: Blackwell, 1981.

_____. Symbolic knowledge and market forces at the frontiers of postmodernism: qualitative market researchers. In: KELLNER, H.; HEUBERGER, F. *Hidden technocrats: the new class and the new capitalism*. New Brunswick, NJ: Transaction, 1991.

MULGAN, G.; WORPOLE, K. *Saturday night or sunday morning?*. London: Comedia, 1988.

O'CONNOR, J.; WYNNE, D. From the margins to the centre: post-industrial city cultures. In: SULKUNEN, P. et al. *Constructing the new consumer society*. New York: St. Martin's Press, 1997.

PHILLIPS, D. Correspondence analysis. In: GLIBERT, N. (ed.). *Social Research Update*, n. 7. University of Surrey, winter 1994.

REDHEAD, S. Disappearing youth in theory. *Culture and Society*, v. 10, n. 3, august 1993.

ROBINS, K. Prisoners of the city: whatever could a postmodern city be? *New Formations*, n. 15, winter 1991.

ROSE, D. Rethinking gentrification: beyond the uneven development of marxist urban theory. *Environment and Planning D: Society and Space*, v. 2, 1984.

SASSEN, S. *The global city: New York, London, Tokyo*. Princeton: Princeton University Press, 1991.

_____. *Cities in a global economy*. Thousand Oaks, CA: Pine Forge Press, 1994.

SHIELDS, R. *Places on the margin: alternative geographies of modernity*. London: Routledge, 1991.

_____. The individual, consumption cultures and the fate of community. In: SHIELDS, R. (ed.). *Lifestyle shopping: the subject of consumption*. London: Routledge, 1992.

_____. A truant proximity: presence and absence in the space of modernity. *Environment and Planning D: Society and Space*, v. 10, 1992.

SMITH, N. Of yuppies and housing: gentrification, social restructuring and the urban dream. *Environment and Planning D: Society and Space*, v. 5, 1987.

STANLEY, C. Repression and resistance: problems of regulation in contemporary urban culture (Part I: towards definition). *International Journal of the Sociology of Law*, v. 21, p. 23-47, 1993.

STOCKER, G. Creating a local government for a post-fordist society: the Thatcherite Project. In: STEWART, J.; STOKER, G. (ed.). *The future of local government*. London: Macmillan, 1989.

THRIFT, N. An urban impasse? *Theory, Culture and Society*, v. 10, 1993.

WHIMSTER, S. Yuppies: a keyword of the 1980s. In: BUDD, L.; WHIMSTER, S. (ed.). *Global finance and urban living*. London: Routledge, 1992.

WYNNE, D. (ed.). *The culture industry: the arts in urban regeneration*. Aldershot: Avebury, 1992.

WYNNE, D.; O'CONNOR, J. Tourists, hamburgers and street musicians. In: REICHARDT, R. H.; MUSKENS, G. (ed.). *Postcomunism, the market and the arts: first sociological assessments*. New York: P. Lang, 1992.

ZUKIN, S. *Loft living: culture and capital in urban change*. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1982.

_____. Gentrification: Culture and capital in the urban core. *Annual Review of Sociology*. v. 13, 1987.

_____. The postmodern debate over urban form. *Theory, Culture and Society*, v. 5, p. 2-3, 1988.

_____. *Landscapes of power: from Detroit to Disney World*. Berkeley: University of California Press, 1991.

_____. Postmodern urban landscapes: mapping culture and power. In: LASH, S.; FRIEDMAN, J. (ed.). *Modernity and identity*. Oxford: Blackwell, 1992.

Tradução do original em inglês: Cristina Meneguello.

Recebido para publicação em Janeiro de 1996.