



Moisés de Lemos Martins & Manuel Pinto (Orgs.) (2008)
Comunicação e Cidadania - Actas do 5º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação
6 - 8 Setembro 2007, Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (Universidade do Minho)
ISBN 978-989-95500-1-8



O papel do campo cultural na promoção do debate e do uso público da razão

MARIA JOÃO ANASTÁCIO CENTENO

Escola Superior de Comunicação Social ~ mcenteno@escs.ipl.pt

Resumo:

É no âmbito de uma teoria da comunicação que parte da existência de indivíduos capazes de fala e de acção e que coordenam, através da linguagem, as suas acções não de uma forma isolada, mas por expectativas de comportamento intersubjectivamente válidas, ou seja, pelo sentido que os indivíduos subjectivamente atribuem à sua acção e que depende, nas palavras de Mead, da “adopção da atitude do outro” que pretendemos situar esta comunicação.

O processo de integração social, já por si complexo, problematizou-se ainda mais com a emergência e consolidação da modernidade, na medida em que a proliferação de diferentes esferas sociais confronta o indivíduo com a necessidade de escolher uma alternativa de acção de entre um vasto conjunto que se encontra à sua disposição, com a particularidade de essa escolha ter de ser coordenada com as escolhas dos outros.

O encontro num determinado espaço físico comum em que os indivíduos dão publicidade às suas ideias constitui-se como a referência ideal do uso público e crítico da razão, em que a partir de razões invocadas e da força do melhor argumento, o indivíduo é livre de fazer a sua escolha tendo em vista o entendimento.

O que Jürgen Habermas salienta a partir da enunciação dos mecanismos de coordenação da acção é que a acção orientada para o entendimento pode, por sua vez, derivar para uma acção orientada para o êxito, em que somente os interesses de uma das partes são tidos em conta. Se a prática das organizações culturais se quiser afirmar como alternativa terá que ser organizada participativamente, o que quer dizer que a relação organização/públicos não pode ser de carácter instrumental, mas dialógica, baseada na intersubjectividade do mútuo entendimento estabelecido linguisticamente.

Tendo presente que as questões da legitimidade se colocam nos nossos dias de forma inseparável da emergência de um público esclarecido e que assumem uma forma discursiva, já que são mediadas simbolicamente por um discurso com exigências racionais e críticas, parece-nos fundamental apresentar a noção de acção social para dar conta de um processo que pressupõe um acordo intersubjectivo, em que o acordo é obtido, não à partida, mas através do uso argumentativo da própria linguagem, para a partir daí podermos dar conta do contributo das organizações culturais na promoção da discussão pública de ideias.

Palavras-chave:

Intersubjectividade; uso público da razão; legitimidade.

A modernidade e os campos sociais

Num primeiro momento gostaríamos de trazer à presença o processo que esteve na origem da modernidade e que ficou marcado pela autonomização de diferentes esferas da experiência.

Este processo, como sabemos, decorre da profunda transformação cultural desencadeada pelo descentramento das imagens do mundo. A religião deixou de garantir de forma exclusiva tanto a integração social como a reprodução material, na sequência de um progressivo movimento de secularização e consequente eclosão de diferentes esferas culturais de valor que entre si competem e cooperam na resolução dos problemas da vida.

A separação que a modernidade instituiu entre a Igreja e o Estado redefiniu a função social da religião e autonomizou, entre outras, as esferas do político e do religioso, com base na especialização funcional de cada um desses domínios.

O estar em sociedade tal como é encarado a partir da modernidade deixa de poder confiar na “Verdade” da palavra divina e passa a ter como referência uma nova cosmovisão, constituída não por uma univocidade sem alternativa, mas por uma pluralidade de universos simbólicos profanizados. Neles, a linguagem e a comunicação assumem um papel fundamental: as diferentes esferas culturais produzem e desenvolvem os seus próprios discursos, segundo determinadas pretensões de validade – a verdade, a justeza e a sinceridade. O papel que a linguagem e a comunicação detêm nestas transformações culturais é indispensável para que se entenda como a diferenciação entre os universos simbólicos tem continuidade imediata na diferenciação funcional das esferas sociais.

Da diferenciação entre universos simbólicos emergiram subsistemas sociais especializados na gestão das relações com os diferentes contextos ambientais, que ao evoluírem progressivamente, geraram campos autónomos e auto-suficientes. “A noção de campo é aqui especialmente apropriada, pois este processo (de evolução social) apresenta mesmo uma dimensão física e espacial: a auto-suficiência da sociedade está na razão directa do alargamento das suas áreas de influência e de domínio” (Esteves, 1998: 123).

A formação dos campos sociais desencadeou uma dinâmica regular de relações sociais, em torno das quais se estabelecem os padrões e as normas dos próprios campos. Os novos valores assim surgidos fornecem os elementos primários de ligação entre o sistema social e o meio: a partir deles formam-se padrões de vida que passam a sustentar o funcionamento da sociedade.

A ordem normativa dos campos regula as relações entre os agentes sociais – indivíduos isolados ou grupos, que constituem outra das componentes estruturais primárias dos campos sociais, além dos valores, normas e papéis sociais.

Em cada campo é definido um padrão próprio de interdependências entre os seus agentes – as “frames”/quadros simbólicos de experiência, com base nos quais os agentes desenvolvem a interacção e definem em comum as situações. É esse quadro de sociabilidade próprio a cada um dos campos sociais, juntamente com o bem constituinte que lhes é específico, o que os distingue.

A formação e o desenvolvimento do campo cultural, por exemplo, dependem da capacidade de organização colectiva da própria população (como o demonstram a existência de um Ministério da Cultura e respectivos organismos). No entanto, nenhum processo de organização colectiva dispensa a constituição de papéis sociais específicos (director artístico, curador, gestor de actividades culturais, artistas, críticos de arte), precisamente porque é através desses papéis que se desenvolvem importantes trocas entre o sistema social e o sistema de personalidade: os papéis contribuem para a integração individual e cumprem uma função adaptativa essencial.

Os campos sociais, a partir da estrutura de valores, normas, colectividades e papéis afirmam a sua individualidade e especialização, ao mesmo tempo que reforçam a sociedade.

A teoria dos campos sociais, aqui sumariamente apresentada, propõe uma compreensão original da relação entre o indivíduo e a sociedade que desde a mais remota tradição sociológica eram perspectivados como duas entidades separadas; essa separação é vista como um fenómeno de autocompreensão que permite aos indivíduos a distância necessária para que se tornem objectos de investigação.

Nos campos sociais não é pertinente separar o indivíduo da sociedade, os campos sociais não constituem qualquer dispositivo destinado a colocar em contacto estas duas entidades. “Os campos sociais são contextos de sociabilidade nos quais os indivíduos e a sociedade são uma e a mesma matéria” (Esteves, 1998: 137). Os campos sociais são, acima de tudo, espaços sociais de interacção, de tornar comum.

O modelo de racionalidade dos campos sociais

Tal como Jürgen Habermas (1929-), também Pierre Bourdieu (1930-2002), “um dos últimos grandes sociólogos do século XX” (nas palavras do próprio Habermas), chama a atenção para o processo de colonização que tem vindo a comprometer a essência dos campos sociais: a sua autonomia e o debate racional e crítico gerado no seu interior. Defender a esfera pública da sua colonização é defender os campos, nomeadamente o político e o cultural, em que a comunicação adequada a uma sociedade democrática deve acontecer livre de constrangimentos exteriores.

O caminho a seguir, seguindo a proposta destes autores, passa por identificar distorções no discurso público, bem como as suas causas e comunicar essas interpretações de novo aos públicos para que tomem consciência dessas distorções.

A identificação e a crítica à comunicação distorcida são essenciais a uma teoria do espaço público. Essencial é também, segundo Habermas e Bourdieu, uma concepção comunicacional da racionalidade.

A racionalidade é uma propriedade e um efeito das interacções humanas, mais do que uma propriedade de indivíduos isolados ou de um ego transcendental. A racionalidade manifesta-se através da interacção comunicacional e é um efeito da dinâmica imposta pela interacção. Se os indivíduos manifestam a racionalidade nas suas próprias deliberações é porque elas derivam de interacções públicas em que o assunto que é alvo de reflexão surge da internalização dos padrões de interacção e das relações sociais.

A racionalidade envolve uma troca de perspectivas que repousam em apelos à evidência e a crenças partilhadas, mais do que na violência ou em ameaças. Os interlocutores tentam persuadir o outro pela força do melhor argumento e mutuamente reconhecem o dever de encontrar e antecipar objecções, ceder a críticas que não conseguem defender. “A razão é assim constituída por um lado pela exclusão das ‘armas’ políticas e económicas e, por outro, pela inclusão das normas que insistem na discussão e na consideração do outro como capaz de exigências inteligentes e viáveis” (Crossley, 2004: 91). O debate racional é então um “conflito regulado”, na medida em que os interlocutores respondem a uma demonstração com uma refutação, a um facto científico com outro.

Estas situações contêm em si a possibilidade de as perspectivas individuais e particulares serem ultrapassadas ou até abandonadas em prol de um ponto de vista mais universal. A “submissão ao universal” pressupõe que as recompensas, os castigos e os controlos que se desencadeiam no seio dos campos sociais sejam configurados para constituir um “interesse no desinteresse”, um “interesse particular no universal”. Bourdieu entende a razão como a superação da particularidade por via do diálogo. Enquanto Kant via a tendência para a universalização inerente ao sujeito e Habermas inerente às estruturas pragmáticas da linguagem, Bourdieu vê-a como um efeito do constrangimento social e do poder.

Bourdieu dá conta de uma variedade de formas de razão (científica, prática, estética, etc.), daí que não recorra a argumentos transcendentais, argumentos que no seu entender não reconhecem as intuições e os sentimentos ligados às condições socio-históricas em que surgem e às disposições sociais da sua transmissão.

As normas e as regras do compromisso implícito à racionalidade comunicacional derivam da dinâmica e das interacções da história da humanidade. Como tal, têm emergido de diferentes formas

nos diversos campos sociais. A história de cada um destes campos é a história da emergência e evolução de distintas formas de racionalidade. As quebras e as disjunções que caracterizam a história dos diferentes modos de discurso advêm do reconhecimento das limitações dos anteriores modos de razão e discurso, mas transportam consigo o que de útil existia nesses anteriores modos.¹

A racionalidade dos campos pressupõe a sua relativa autonomia. Os campos têm de se desenvolver pela sua própria lógica interna e agir de acordo com ela e com os critérios que daí emergem.

O campo cultural, por exemplo, tendo estabelecido os seus próprios critérios de melhor argumento, tem de usufruir de suficiente autonomia em relação aos outros campos (como o campo económico) para permitir que esses critérios constituam a linha de força das produções artísticas. Se os factores externos comprometem os critérios que moldam e motivam a actividade artística então a racionalidade do campo é posta em causa (estamos perante a colonização que compromete a autonomia desse campo). O que pode acontecer quando os artistas estão dependentes de mecenas que por sua vez estão interessados no campo por razões comerciais ou outras em vez de respeitarem a sua própria lógica. O artista tem de conseguir comprometer-se com as exigências do próprio campo e as que são geradas pelos interesses comerciais do mecenas. Bourdieu salienta que o patronato privado da produção artística muitas das vezes afasta a arte da trajectória inovadora e crítica exigida internamente pelo campo cultural e dirige-a para um vector mais comercial, o que torna o económico inseparável do cultural²; os valores de troca já não se conseguem distinguir dos valores de uso da arte e da cultura (Bourdieu e Haacke, 1994). Este processo aconteceu de forma gradual e o compromisso comercial acabou por adquirir uma base natural e tornou-se inclusivamente inevitável, à medida que se instalou no *habitus* (a estrutura de propensões ou disposições sociais que organiza as práticas, sem as determinar).

Especificamente, a “situação ideal de fala” defendida por Bourdieu, e contrariamente à posição de Habermas, não envolve a suspensão das relações de poder, das manobras estratégicas ou os interesses egoístas. O poder é essencial na medida em que os agentes têm de ser coagidos a jogar segundo as regras do jogo (as regras da racionalidade). A acção estratégica é necessária desde que os indivíduos sejam capazes de atingir os seus interesses em conformidade com as regras do jogo. Os agentes devem encontrar-se numa situação em que, paradoxalmente, os seus interesses são alcançados se se abandonarem a uma procura desinteressada da verdade; o anteriormente referido

¹ O que está em causa é estudar a comunicação em termos das formas e dos processos historicamente específicos e socialmente estruturados através dos quais se produzem, estruturam e recebem as formas simbólicas. Elas são produzidas, transmitidas e recebidas em contextos ou campos historicamente específicos que se caracterizam por instituições de vários tipos. Dizer que os contextos são historicamente específicos equivale a dizer que as formas simbólicas estão localizadas no tempo e no espaço, ainda que a sua transmissão possa chegar a contextos particulares, estendendo a disponibilidade das formas simbólicas a receptores que se encontram distanciados no tempo e no espaço. Os contextos estão socialmente estruturados no sentido de que envolvem assimetrias sistemáticas na distribuição e apropriação de recursos materiais e simbólicos. As formas simbólicas circulam em campos estruturados por essas assimetrias, ou seja, pelas diferenças resultantes entre os grupos como as classes sociais, os grupos étnicos ou aqueles grupos de indivíduos definíveis em termos de idade, género, escolaridade, etc. A distinção entre “alta cultura” e “cultura popular” é um dos aspectos dessa diferenciação social. Os contextos também se caracterizam por diferentes tipos de instituições sociais, ou seja, por conjuntos específicos ou constelações de regras e recursos que têm um estatuto legal, uma extensão temporal e uma presença espacial. Estas instituições produzem, transmitem e recebem as formas simbólicas e é precisamente através dessas modalidades de transmissão cultural que as formas simbólicas se transmitem além dos seus contextos de produção e se encontram disponíveis no espaço e no tempo (Thompson, 1991).

² Bourdieu, ao elaborar uma economia dos bens simbólicos, choca com as pretensões autolegitimadoras do campo cultural, na medida em que este se apresenta como o terreno da negação do económico, da “arte pura”. Seria necessário romper com a concepção do artista como criador e da produção simbólica como o produto de um “milagre social”. Bourdieu tem consciência que o campo cultural e os respectivos subcampos artísticos se aproveitam da sua relativa autonomia que varia segundo o grau de subordinação aos princípios de hierarquização externa e da pouca institucionalização para impor a sua visão do mundo (Bourdieu, 1992).

“interesse pelo desinteresse”. Têm de existir incentivos para abandonar a particularidade dos seus pontos de vista e perseguir um ponto de vista mais objectivo, porque universalmente mais adequado.

Os agentes inconscientemente submetem as suas expressões aos requisitos do próprio campo, assumindo os seus valores e ideais e a sua acção submete-se à estrutura do campo de forma a senti-la como natural, inevitável e correcta. A disposição para a verdade é um efeito do próprio campo e das formas de poder que modelam o agente.

Neste ponto, Bourdieu subverte a distinção habermasiana entre acções comunicacional e estratégica procurando as condições estruturais dos campos que tornam a racionalidade comunicacional estrategicamente viável. O seu agente estratégico age com base em sentimentos, gostos e percepções socialmente estabelecidos. O seu egoísmo é necessariamente filtrado através de um processo de socialização que é por natureza colectivo. A acção não é nem comunicacional nem estrategicamente racional, balança sempre entre as duas ou dito de outra forma, a acção comunicacional é assegurada estrategicamente. E o grau em que o balanço vai mudando determina o grau de distorção da comunicação. Os artistas, por exemplo, só são racionais e críticos na medida em que são constrangidos e incentivados para tal. Quando o balanço dos incentivos e dos constrangimentos muda devido por exemplo às forças do mercado, a racionalidade e a crítica tendencialmente saem modificadas.

A noção de *habitus* explica como os agentes pré-reflexivamente se adaptam às novas situações, distorcendo os seus próprios discursos e formas racionais sem disso terem completa consciência e como essas práticas comunicacionais distorcidas se institucionalizam no seio do próprio campo. Este conceito remete para as homologias existentes entre as estruturas mentais e as estruturas sociais, eliminando a antinomia entre a análise da subjectividade e a análise dos constrangimentos estruturais objectivos. O *habitus* naturaliza a prática ainda que de forma inconsciente; ele tem sempre um carácter social, mas vive no interior de cada um – onde forma as maneiras de ser, de estar, de dizer e até de sentir.³ Os esquemas do *habitus* “devem a sua eficácia própria ao facto de funcionarem aquém da consciência e do discurso, portanto fora de alcance do escrutínio introspectivo ou do controlo voluntário. Orientando as práticas praticamente, introduzem o que alguns designam erradamente por *valores* nos gestos mais automáticos ou nas técnicas do corpo aparentemente mais insignificantes” (Bourdieu, 1979: 466).⁴ As práticas sociais são simultaneamente estruturadas e estruturantes, reprodutoras e transformadoras, objecto de constrangimento e fonte de espontaneidade. Esta competência prática dos agentes sociais concilia a individualidade desses mesmos agentes com os factos objectivos e exteriores (e é desta forma que Bourdieu concilia as abordagens durkheimiana e weberiana). O *habitus* é sempre o produto histórico de uma situação, actualizado de acordo com o campo em que actua; e instância de mediação entre as condições objectivas de existência e a competência simbólica ou representacional. Ao contrário do hábito, o *habitus* é “algo de poderosamente gerador (...) que tende a reproduzir a lógica objectiva dos

³ Os esquemas perceptuais e linguísticos do *habitus* influenciam a forma como os agentes entendem ou não as comunicações dos outros. “A comunicação é sempre um encontro de *habitus* e as hipóteses de alcançar um significado consensual são sempre menos prováveis se os interlocutores estiverem distantes em termos de espaço social” (Crossley e Roberts, 2004: 108)

⁴ É claro que esta valorização das dimensões mais inconscientes da subjectividade pode ser alvo de crítica, Anthony Giddens, por exemplo, chama a atenção não só para o inconsciente, mas também para a consciência prática e discursiva dos actores sociais. Na sua teoria da estruturação, salienta o primado da análise da acção dos agentes, afirmando as significações subjectivas como uma parte integrante e essencial da realidade social e salientando a íntima imbricação entre a vida prática e os mecanismos de distribuição assimétrica do poder, geradora de dominação. A dicotomia estrutura/acção é ultrapassada por uma dualidade em que as estruturas e as acções se constituem recíproca e mutuamente, na medida em que as regras e os recursos da produção e reprodução da acção social são os meios da reprodução sistémica. Através da auto-reflexividade, os agentes sociais contribuem, juntamente com as estruturas (conjunto de práticas sociais codificadas) para a organização dos sistemas. Como as relações de interdependência são, simultaneamente, relações de exercício de poder, as situações de interacção dependem, no entanto, de uma determinada ordem moral, tida como legítima.

condicionamentos mas fazendo-a sofrer uma transformação” (Bourdieu, 1984: 140). Bourdieu contempla espaços, ainda que limitados, de inovação e liberdade. No caso concreto do campo cultural, essa margem é tanto maior, quanto maior for a distância entre as condições sociais de produção do produtor e as exigências sociais inscritas no seu lugar no campo.⁵

Um campo, enquanto sistema estruturado de posições em concorrência pela legítima definição das regras do jogo e dos limites do próprio campo, condiciona a matriz de percepção e de avaliação (disposições) que origina um conjunto de tomadas de posição, homólogas às condições materiais de existência de que são simultaneamente produto e produtor. Os gostos culturais, por exemplo, resultam da divisão objectiva das classes (sociais, étnicas, de género, etc.), na medida em que o jogo relacional entre o *habitus* e o campo cultural estrutura diferentemente as categorias de percepção da realidade.

Ao analisar a estrutura interna do campo cultural para entender a génese da produção cultural, “estrutura das relações objectivas entre as posições que aí ocupam indivíduos ou grupos colocados em situação de concorrência em torno da legitimidade” (Bourdieu, 1992: 246), Bourdieu dá conta de dois tipos de homologias. A primeira diz respeito à relação entre posições e disposições. As posições definem-se tendo em conta a estrutura de distribuição do capital e consequentemente do poder, encontrando “naturalmente” o seu *habitus* ou sistema de disposições, que funcionam como produto e produtor das posições. Por outro lado, as tomadas de posição assemelham-se às diferentes posições ocupadas no campo, bem como aos interesses que estas representam. Desta forma, a história do campo encontra o seu princípio gerador na relação permanente entre estas duas estruturas: “a estrutura das relações objectivas entre as posições no campo de produção (e entre os produtores que as ocupam) e a estrutura das relações objectivas entre as tomadas de posição” (Bourdieu, 1992: 267).

No entanto, para entender a génese da produção cultural no seu todo, tem que se considerar um outro conjunto de homologias, as que ocorrem entre a oferta e a procura dos bens culturais. O que acontece no campo cultural não é independente do estado das relações objectivas entre posições e disposições nos outros campos sociais.

A produção cultural resulta então do duplo encontro de duas lógicas distintas: no interior do campo, as relações (e não se tratam de relações de correspondência) entre as disposições dos produtores (mais ou menos ajustadas às posições) e as tomadas de posição; no conjunto dos campos sociais, as relações entre o conjunto dos bens culturais que constitui a oferta e a matriz socialmente condicionada dos gostos, que constitui a procura. Nesta perspectiva, o encontro entre um público e um bem cultural não é um acaso, mas fruto de uma lógica que deriva desta dupla homologia. Esse encontro resulta da correspondência entre as divisões internas do campo cultural e a diferenciação dos públicos e consumidores.

Assim, o agente social não pode ser considerado um autómato passivo e comandado pela estrutura social, nem alguém que age ao acaso ou de acordo com a sua livre criatividade; o que faz com que os sistemas simbólicos também não possam ser encarados simplesmente como o reflexo das estruturas sociais, na medida em que contribuem decisivamente para a sua construção.

⁵ Bourdieu tenta através desta concepção salvaguardar a autonomia relativa dos campos, afirmando a constante dialéctica entre o lugar, a posição e o *habitus*. Este, tanto pode aceitar passivamente o seu lugar num determinado campo, como pode tentar transformá-lo e actualizar o sistema de disposições inscrito numa dada posição social. No entanto, devido à existência de um *habitus* de classe, existe uma maior ou menor probabilidade de realizar umas e não outras acções, o que coloca em dúvida a real autonomia da dimensão simbólica; apesar de omnipresente nos processos sociais acaba por se subordinar à lógica das estruturas objectivas. O social é prioritário em relação ao simbólico. Se as lutas internas funcionam como uma tentativa de maximização de um capital simbólico que serve de instrumento de poder no campo social, as formas culturais estão assim subordinadas à ordem social e dilui-se a especificidade do simbólico.

Como os agentes sociais estão envolvidos num jogo, que se processa em vários campos com as suas regras específicas, apenas a crença no seu desenrolar (*illusio*) justifica a existência social. O investimento no jogo, condição essencial para a sua reprodução e transformação, revela a centralidade do simbólico enquanto conjunto de estratégias, muitas vezes inconscientes, que permitem ao indivíduo sair da indiferença e afirmar-se como agente activo. As lutas simbólicas no interior de um campo alcançam o seu objectivo: legitimar uma posição ou uma existência, iluminar um futuro e os seus projectos, o que nas palavras de Habermas pode ser entendido como a orientação para o entendimento na medida em que é assegurado pelas expectativas de comportamento intersubjectivamente válidas.

O papel da “doxa” em todo este processo não pode ser descuidado. Noção próxima da de Mundo da Vida defendida por Habermas, a doxa remete para o nível das concepções e disposições pré-reflexivamente estabelecidas e pode ser vista como a base do iceberg cuja parte visível será o discurso. A ordem não pode ser entendida exclusivamente como o produto de um acordo reflexiva e conscientemente alcançado, mas deriva também de um compromisso com formas de entendimento inconsciente que sustentam a sociedade, ou seja, “o que sabemos sem saber que o sabemos”. “A percepção primária do mundo social, longe de ser um simples reflexo mecânico, é sempre um acto cognitivo que envolve princípios de construção que são exteriores ao objecto entendido na sua imediaticidade; mas ao mesmo tempo é um acto de conhecimento que implica a forma mais absoluta de apreender a ordem social” (Bourdieu, 1979: 471). O conhecimento é o produto e o gerador de certas condições sociais que levam as acções a ser congruentes com determinados interesses que não são o resultado de uma escolha racional e deliberada.

Através do conceito da doxa, Bourdieu identifica as distorções que afectam de igual modo o discurso de todos os membros da sociedade, ainda que essas distorções beneficiem mais os grupos dominantes do que os dominados. Algumas distorções são mais prováveis em alguns grupos do que noutros e particularmente em algumas classes mais do que noutras, o que pode ser confirmado na composição da classe dos públicos do campo cultural.

Os públicos artísticos afirmam-se abertos a tudo, qualquer um é bem-vindo a participar desde que tenha “amor à arte” e talento para a apreciar e discutir. Claro que esta é uma representação enganosa! Na essência, as crianças das classes médias qualificadas⁶ tendencialmente entram em contacto logo durante a infância com estes públicos, com a consequência de desenvolverem a competência, confiança e gosto numa participação futura. Adquirem o capital cultural⁷ que constitui o requisito de entrada e participação nesses públicos e o *habitus* que os predispõe a agir dessa maneira, o que levou Bourdieu a concluir que as classes com maior poder económico e as ociosas têm maior probabilidade de aceder a experiências culturais e estéticas.

Na medida em que os públicos artísticos fazem parte da esfera pública, todas as exclusões podem ser vistas como distorções comunicacionais politicamente significantes. “A ideologia da distinção associada à experiência estética não constitui apenas um efeito, mas activa e funciona como garantia da distribuição desigual do poder e do privilégio numa sociedade de classes; a distintividade desta experiência face à vida social quotidiana acaba por confirmar a existência dessas mesmas estruturas de distinção, que definem e mantêm a coerência da vida social” (Turner, 1996: 367).

⁶ Paul DiMaggio sustenta, num estudo publicado em 1987, que a relação com as artes tende a ser cada vez mais definida pelo grau de escolarização do que pelo rendimento, bem como pela extensão dos contactos. “A importância do gosto como um símbolo de pertença a um grupo aumenta com a ratio dos contactos sociais com estranhos para os contactos sociais com pessoas íntimas” (DiMaggio, 1987: 447).

⁷ Os desafios simbólicos colocados pelos artistas da vanguarda pressupõem um nível de capital cultural que está, na opinião de Bourdieu, concentrado nas mãos de uma pequena elite.

Por outro lado, a crítica à arte é um jogo (de linguagem) e a competência que exige tem de ser adquirida. Pressupõe imersão, experiência e mesmo uma instrução formalizada. Estas experiências formativas manifestam uma distribuição social desigual. Elas são, na maior parte das vezes, usufruídas pelas classes médias qualificadas. A reflexão sobre a crítica à arte implica distanciarmos das experiências, respostas e impulsos do dia-a-dia, de forma a jogar um jogo formal, o que será mais fácil de acontecer nos grupos em que essas necessidades imediatas estão asseguradas e podem dedicar-se à crítica e à reflexão.

Nem tudo se trata exclusivamente de competências, mas igualmente de barreiras colocadas pelos próprios agentes relativamente ao que sentem sobre o lugar a que pertencem: a posição social que sentem que lhes pertence. A participação no campo cultural continua, na opinião de Bourdieu, a ser um fenómeno de divisão de classes, ou seja, membros de diferentes classes sociais, influenciados pelo *habitus* da sua classe, seleccionam e colocam-se de forma diferente na esfera pública. Quando os indivíduos se encontram trazem consigo a sua posição social (classe, género, raça, geração, etc.) e ela constitui, através do *habitus*, os esquemas de transmissão e recepção que geram o processo comunicacional. Desta forma, a comunicação é sempre estruturada através do *habitus* socialmente construído e é como tal uma relação de poder.

Os desenvolvimentos da sociologia da cultura e o lugar dos públicos

No entender de Bourdieu, é possível identificar constelações de gostos em torno de cada classe social, ou seja, entre os consumos/escolhas culturais e as situações das classes existe uma homologia. Num artigo publicado em 1977, vai ainda mais longe ao afirmar que, a propósito do teatro parisiense, essa homologia acontece entre as características sociais dos públicos, as características dos autores apresentados nas obras e a própria localização espacial dos teatros.

No entanto, estas homologias entre as artes e os grupos sociais podem ser discutidas e os resultados de estudos posteriores, relativos aos consumidores dos teatros, mostram, pelo contrário, uma crescente heterogeneidade do público.⁸ Os bens ou os gostos (símbolos culturais) tornaram-se mais importantes na organização da vida social, ao permitirem aos indivíduos desenvolver e manter relações sociais. A pertença a determinados grupos tem mais a ver com a capacidade de manipular esses símbolos culturais, do que propriamente os laços de família (até porque a família deixou de se constituir como o locus preferencial da interacção social).

“Nas sociedades avançadas, as artes (eruditas e populares) ocupam uma posição privilegiada entre as trocas conversacionais definidoras de identidade, por diversas razões, independentemente da sua disponibilidade” (DiMaggio, 1987: 443), o que pode em certas circunstâncias fazer com que as artes sejam usadas como elemento de distinção e de circulação das pessoas pelos lugares sociais (contrariamente à perspectiva de Bourdieu que sustenta que as artes reforçavam a separação entre as classes sociais, servindo como instrumento de distinção para os dominantes e como condição inultrapassável para os dominados).

Diane Crane salienta que esta circulação das pessoas pelos lugares está intimamente associada a uma alteração que se verificou nas sociedades ocidentais e que se caracteriza por a

⁸ A concepção de Bourdieu dava conta de um mundo extremamente ordenado e homogéneo em que as homologias funcionavam como uma estrutura omnipresente de regulação social, espelho da situação que provavelmente se vivia em França nos 60 e 70 do século passado; mas inadequada a situações em que, por exemplo, uma forte intervenção do Estado nas políticas culturais pode desarticular a produção e o consumo, a oferta e a procura. Não se pode desvalorizar o estatuto criativo dos públicos da cultura e a crítica vai no sentido de questionar essa “harmonia preestabelecida” entre uma zona de gosto e determinadas produções culturais. Diana Crane, autora americana, salienta a crescente incongruência entre os gostos e a esfera profissional nas sociedades ocidentais actuais. Dentro de várias classes sociais existem clivagens consoante o sexo, a etnia, a região e a religião, que resultam do crescente multiculturalismo e que passaram desapercibidas a Bourdieu.

base da estratificação social ter transitado da classe social para os estilos de vida, na medida em que os membros de uma mesma classe social exibem gostos e práticas culturais muito diversas. Esta transição reflecte uma mudança na forma como as pessoas situam as suas identidades. O que faz com que os processos de formação das identidades se liguem cada vez mais ao simbólico e ao estético: “os objectos materiais adquirem uma maior importância como marcadores subtis de identificação com códigos simbólicos” (Crane, 1992: 37).

A questão pertinente a colocar é: como pensar a relação com as artes quando falha a ligação coesa das práticas sociais a um património próprio e a um princípio fundador de organização (a família, o grupo), quando as pessoas cada vez mais transitam de papel em papel, com diferentes referências culturais e quando o poder e o dinheiro perpassam os diferentes campos sociais, nomeadamente o cultural.

Desde que existe mercado, os movimentos artísticos sempre tiveram uma dupla face, por um lado procuram a ruptura e a originalidade através do movimento criativo, mas ao mesmo tempo essa originalidade é a que assegura uma melhor posição face à concorrência no mercado. O artista ou outrem vão acabar por tirar partido comercial dessa originalidade.

“Ora, a nossa época tem vindo a levantar esse véu, que, no fundo, foi apenas característico da época romântica, *strictu sensu*. A legitimidade da arte já não vive tanto da denegação da troca e do valor de troca; considera-se a arte como um bom investimento, publicitam-se amplamente os leilões de arte, organiza-se declarada e sistematicamente a gestão das artes, já não se associa tão necessariamente a arte e os artistas à recusa da riqueza material. Com a estetização difusa da vida contemporânea, várias esferas que a modernidade autonomizara têm entrado em cumplicidades mútuas, em que não só a economia precisa da esteticização publicitária, como a estética se relaciona com a economia de uma forma menos púdica” (Monteiro, 1991: 126-7).

Recuando e reconsiderando o carácter expansionista da cultura de massas e a crescente mercantilização dos bens culturais, podemos considerá-los responsáveis pela intensificação da interacção entre o simbólico e o económico, ou seja, entre a arte e o dinheiro. Os bens culturais ganharam um estatuto económico que modificou o próprio estatuto da mercadoria, já que lhe foi acrescentado um suplemento de valor (Monteiro, 1996: 122-3). As próprias carreiras artísticas ficaram dependentes de fortes investimentos derivados do capital económico e social, desenvolvendo-se a ideia do mecenato público e privado, como que a antever a possibilidade de transformar o capital simbólico em económico.

Outra ideia que merece reflexão é a do consumo como uma actividade passiva. Michel de Certeau (1925-1986) afirma a propósito “supõe-se que ‘assimilar’ significa necessariamente ‘tornar-se semelhante àquilo’ que se absorve, e não ‘torná-lo semelhante’ ao que se é, e fazê-lo nosso, apropriar-se ou reapropriar-se dele” (Certeau, 1980: 280), o lado criativo da recepção é valorizado. Os significados são produzidos em conjunto, o que torna a obra um fenómeno de comunicação e cooperação (harmoniosa ou conflitual).⁹

“Os sociólogos da cultura demonstraram que o consumo cultural não se conformava às previsões da teoria e que existia uma diversidade consideravelmente maior entre os géneros artísticos ao nível da produção do que a teoria sustentava” (DiMaggio, 1987: 440). As teorias da recepção, ao considerarem que qualquer obra só existe como acontecimento, têm também reforçado a necessidade de considerar os fenómenos da produção de sentido em função do momento e da circunstância em que o encontro com os leitores/receptores acontece. A recepção é um ofício que requer um praticante cultural e não um mero consumidor.

⁹ Certeau dá conta de que a perspectiva de Bourdieu impossibilita a ideia de estratégia. Se as práticas culturais constituíssem sempre uma resposta às conjunturas, então não existiriam estratégias, na medida em que não se verificariam escolhas entre as várias possibilidades.

Howard Becker (1928-) tem estudado as maneiras como os artistas que trabalham em áreas relacionadas formam, juntamente com os seus públicos e com as empresas que servem, *Art Worlds* institucionalizados com base em convenções que tornam a produção possível.¹⁰

A figura mítica do criador singular dissipa-se e desenvolve-se o trabalho colectivo e complexas redes de mediadores. O génio artístico e o culto da figura boémia não resistem à aproximação entre o trabalho artístico e outras formas de produção. É precisamente para dar conta das transformações organizacionais no mundo da arte que Becker introduz o conceito de *Art World*. Nesta perspectiva, o artista, apesar de continuar a ser uma figura essencial para o processo de reconhecimento da arte, não passa de mais um elemento numa cadeia de participantes. O mundo da arte é assim integrado no tecido social como mais uma actividade colectivamente organizada.

“A arte é social no sentido de que ela é criada por redes de relações de pessoas que actuam juntas e propõe um quadro de referência no qual formas diferentes de acção colectiva, mediadas por convenções aceites ou recentemente desenvolvidas, podem ser estudadas” (Becker, 1982). As organizações culturais constituem redes de relações cuja actividade cooperativa se tornou recorrente e pode ser possível especificar as convenções através das quais os seus membros coordenam as diferentes linhas de acção, na medida em que os indivíduos envolvidos actuam juntos para produzir uma grande variedade de acontecimentos. No entanto, tal como o próprio Becker salienta, o facto de uma forma de acção colectiva ser suficientemente recorrente para garantir esta descrição é algo que deve ser decidido em função da investigação que se fizer de cada uma dessas organizações culturais, mais do que por uma definição estabelecida a priori.¹¹

Na sequência de Becker, Paul DiMaggio (1951-) dedica-se ao estudo dos processos através dos quais as diferenças entre os géneros artísticos são criadas, ritualizadas e corroidas¹², bem como os processos pelos quais os gostos são gerados como parte das actividades de produção de sentido e de definição de fronteiras entre os grupos sociais, daí que direcione primeiro o seu estudo para as maneiras pelas quais as pessoas usam a cultura tendo em vista o estabelecimento de relações umas com as outras. O significado pretendido pelo artista no momento da criação da obra torna-se menos importante, pelo menos em termos de análise social, do que as formas pelas quais os trabalhos artísticos representam a pertença a determinados grupos, daí a íntima relação entre os usos sociais do gosto e os padrões de participação nas actividades culturais.¹³

¹⁰ No fundo, Becker chama a atenção para a necessidade de integrar as concepções sobre a produção e o consumo/recepção cultural. Estudos exclusivamente centrados no pólo da recepção tendem a ignorar a influência da estrutura da oferta de bens e serviços no alargamento dos públicos e na construção social dos gostos. No entanto, uma análise exclusivamente preocupada com a produção de bens e serviços culturais ignora todo o trabalho de reconstrução exercido pelos públicos na sua apropriação. Interessa então estudar não só o que os públicos fazem aos produtos culturais, mas também os públicos que os produtos culturais fazem.

¹¹ Este processo de integração social do mundo da arte estende-se com a invasão do quotidiano pelo simbólico, os mais vulgares e utilitários objectos revestem-se de uma apropriação simbólica (“culturalização do consumo”), paralelamente com a estetização do quotidiano.

¹² “Uso *género* para referir conjuntos de trabalhos artísticos classificados com base em similitudes percebidas” (DiMaggio, 1987: 441). A divisão da arte em géneros é simultaneamente produto e condição para a junção dos gostos, o que impossibilita, tal como outros também defendem, que se estude isoladamente os padrões de consumo e os padrões de produção.

¹³ O modelo hierárquico e dicotómico que separa a alta cultura da cultura popular tende a ser abandonado em detrimento de concepções que valorizem e dêem conta do fenómeno de diversificação e de alargamento dos públicos. Não só os públicos considerados de elite vêem o seu monopólio ameaçado com a divulgação em série das obras culturais, como essas mesmas camadas mais favorecidas em termos de capital cultural e escolar diversificam o consumo cultural, não deixando de fruir as obras da cultura de massas. Crane elaborou a propósito das actividades culturais um modelo constituído pelo “core domain”, o “peripheral domain” e o “urban core”. O primeiro tem a ver com as indústrias culturais de nível nacional e internacional que trabalham para o chamado grande público (televisão, cinema e imprensa de grande tiragem); o segundo divulga os seus produtos a subgrupos caracterizados por diferentes idades e estilos de vida (rádio, companhias discográficas, editores de livros e de revistas); por último, o “urban core” ou “urban culture” dirige-se a públicos locais em contexto urbano atendendo aos diferentes meios sociais (rádios e imprensa locais, concertos, festivais, exposições, teatro, performances, etc.). A partir de um modelo deste tipo, conclui-se que um determinado género artístico não tem necessariamente de ser apresentado

Os bens culturais representam um sistema de comunicação em que esses mesmos bens, salvo exceções, não estão fisicamente presentes nem visíveis. O consumo cultural é invisível a partir do momento em que ocorre (salvo quando se compram quadros e esculturas, por exemplo). “Esta qualidade evanescente torna a experiência artística, descrita e explorada através do diálogo, um medium portátil e potente de troca interaccional” (DiMaggio, 1987: 443). O diálogo é um ritual em permanente negociação no decorrer do qual os participantes têm de encontrar tópicos que reflectam o seu nível de intimidade e no qual cada participante pode legitimamente contribuir. Os indivíduos que participam no diálogo procuram, tal como Habermas defende, a intercompreensão, reconhecendo reciprocamente os significados que partilham, mais concretamente identificando os interesses e os grupos aos quais pertencem. “O consumo dos bens artísticos fornece aos estranhos algo sobre que falar e facilita o curso da acção social necessário para que os contactos se tornem em amizades” (DiMaggio, 1987: 443). Os gostos artísticos não são propriamente sociais, o que é social é o seu uso, o que faz com que quem não domine os códigos possa ser identificado como estranho a um processo que é gerado de forma recíproca. É então importante estudar os usos sociais da cultura, mais do que os objectos ou artefactos culturais materialmente apreensíveis.

“O gosto é uma forma de identificação ritual e de construir relações sociais (e de saber que relações não têm que ser construídas)” (DiMaggio, 1987: 443), ajuda a estabelecer redes de relações que facilitam a mobilidade dos grupos, contrariamente à ideia defendida por Bourdieu. O mesmo indivíduo consome produtos de níveis culturais diferentes e o contrário também pode ser verdade, ou seja, determinados produtos são consumidos por grupos diferentes. DiMaggio defende que os bens culturais não reproduzem a estrutura do poder dominante, na medida em que a esfera cultural é um sistema relacional de mobilização colectiva que permite aos indivíduos o estabelecimento de contactos, é uma fonte de sociabilidade. Ao ser tema de conversa, a cultura aproxima ou afasta as pessoas, favorece ou dificulta projectos de mobilidade social, forma círculos de sociabilidade mais ou menos restritos.

O modelo de uma estrutura social baseada em classes e grupos sociais claramente delimitados cedeu o lugar a um processo dinâmico de troca entre redes sociais difusas, marcadas por múltiplos estatutos sociais e um uso cada vez mais selectivo das referências culturais de acordo com os contextos de interacção.

Estas novas perspectivas têm servido de mote ao desenvolvimento de estudos relativos a outros protagonistas no seio das práticas artísticas, nomeadamente estudos sobre o papel dos directores artísticos e dos curadores nas organizações culturais. Estes intermediários não podem ser vistos exclusivamente como um interface entre os criadores e os consumidores, mas como indivíduos que ajudam a criar um mundo, um *art world*, a partir das relações recíprocas que estabelecem.

De acordo com DiMaggio, as características destes intermediários, que organizam a produção e a distribuição das práticas artísticas, influenciam a forma como se estrutura o mundo das artes e dos géneros artísticos.

Se os intermediários forem os próprios artistas, o mundo das artes organiza-se de forma internamente segmentada e hierarquizada. Se os intermediários forem os produtores comerciais, como a sua intenção é obter lucro, o mundo da arte tende a organizar-se de uma forma o mais universal possível, com poucas barreiras internas. Se os intermediários forem o Estado ou a administração pública, como as políticas culturais são definidas pelas exigências das organizações que por sua vez derivam das ordens governamentais das quais dependem, as consequências são variáveis.

exclusivamente num destes domínios. A coexistência plural das manifestações culturais cada vez menos é perspectivada como uma desqualificação de valor. Em vez de se defender um consumo elitista, valoriza-se a diversidade de escolhas e gostos culturais.

De entre as várias contribuições dos pressupostos anteriormente expostos, há uma que gostaríamos de salientar, a que dá conta de que os fenómenos simbólico-culturais, na sua autonomia e especificidade relativas, aparecem como mediadores entre as estruturas e as práticas sociais e não podem ser perspectivados como um espelho da dimensão social. Seguindo a argumentação de Paulo Filipe Monteiro no que diz respeito à relação arte/sociedade, podemos afirmar que “a dimensão simbólico-cultural não está *de fora*, nem tão-pouco *perante* a sociedade; ela está *na sociedade*, dela fazendo parte integrante” (Monteiro, 1996: 19).

Referências bibliográficas

- BECKER, Howard S. (1982) – *Art Worlds*, Berkeley and Los Angeles, University of California Press.
- BOURDIEU, Pierre (1992) – *As Regras da Arte, Génese e Estrutura do Campo Literário* (or. *Les Règles de L’Art, Genèse et Structure du Champ Littéraire*), Lisboa, Editorial Presença, 1996.
- BOURDIEU, Pierre (1984) – *Questões de Sociologia* (or. *Questions de Sociologie*), Lisboa, Fim de Século, 2003.
- BOURDIEU, Pierre (1979) – *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste* (or. *La Distinction: Critique Sociale du Judgement*), London, Routledge, 2006.
- BOURDIEU, Pierre (1977) – *Reproduction: in Culture, Education, Society*, Beverly Hills, Sage.
- BOURDIEU, Pierre (1965) – *Un Arte Medio, Ensaio sobre los Usos Sociales de la Fotografía*, (or. *Un Art Moyen. Essai sur les Usages Sociaux de la Photographie*), Barcelona, Gustavo Gili, 2003.
- BOURDIEU, Pierre/HAACKE, Hans (1994) – *Free Exchange* (or. *Libre-Échange*), London, Polity Press, 2005.
- CERTEAU, Michel de (1984) - *The Practice of Everyday Life* (or. *Arts de Faire*, vol. I de *L’Invention du Quotidien*), Berkeley, University of California Press, 1997.
- CRANE, Diana (2002) – “Cultural Globalization from the Perspective of the Sociology of Culture”, Paper presented at the Symposium *Statistics in the Wake of Challenges Posed by Cultural Diversity in a Globalization Context*, Montreal, UNESCO Institute of Statistics.
- (ed.) (1994) – *The Sociology of Culture*, Oxford, Blackwell. ???
- CRANE, Diana (1992) – *The Production of Culture, Media and the Urban Arts*, Newbury Park, Sage Publications.
- CROSSLEY, Nick/ROBERTS, John Michael (eds.) (2004) – *After Habermas – New Perspectives on the Public Sphere*, Oxford and Malden MA, Blackwell Publishing.
- DIMAGGIO, Paul (1987) – “Classification in Art” in *American Sociological Review*, Vol. 52, August, pp. 440-455.
- ESTEVES, João Pissarra (1998) – *A Ética da Comunicação e os Media Modernos, Legitimidade e Poder nas Sociedades Complexas*, 2ª ed, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.
- HABERMAS, Jürgen (2004) – “Public Space and Political Public Sphere – the Biographical Roots of Two Motifs in my Thought”, Commemorative Lecture, Kyoto.
- HABERMAS, Jürgen (2001) – *Acción Comunicativa y Razón Sin Transcendencia* (or. *Kommunikatives Handeln und Detranszendentalisierte Vernunft*), Barcelona, Paidós, 2002.
- HABERMAS, Jürgen (1996) – *Racionalidade e Comunicação* (or. *On the Pragmatics of Communication*), Lisboa, Edições 70, 2002.
- HABERMAS, Jürgen (1985) – *O Discurso Filosófico da Modernidade* (or. *Der Philosophische Diskurs der Moderne*), Lisboa, Publicações Dom Quixote, 1998.

- HABERMAS, Jürgen (1982) – *La Lógica de las Ciencias Sociales* (or. *Zur Logik der Sozialwissenschaften*), Madrid, Ed. Tecnos, 1996.
- HABERMAS, Jürgen (1981a) – *Teoría de la Acción Comunicativa*, (or. *Theorie des Kommunikativen Handelns*), 2 vols., Madrid, Taurus, 2003.
- HABERMAS, Jürgen (1981b) – “Modernity versus Postmodernity” in *New German Critique*, 22, Winter, pp 3 a 14.
- HABERMAS, Jürgen (1964) – “The Public Sphere: An Encyclopedia Article” in *New German Critique*, 3(Fall), 49-55.
- HABERMAS, Jürgen (1962) – *Mudança Estrutural da Esfera Pública* (or. *Strukturwandel der Öffentlichkeit*), Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 1984.
- MONTEIRO, Paulo Filipe (1996) – *Os Outros da Arte*, Oeiras, Celta.
- MONTEIRO, Paulo Filipe (1991) – “Os Usos das Artes na Era da Diferenciação Social: Críticas e Alternativas a Pierre Bourdieu” in *Revista de Comunicação e Linguagens, A Experiência Estética*, nº 12/3, Lisboa, Ed. Cosmos, pp. 117-141.
- THOMPSON, John B. (1996) – “La Teoria de la Esfera Pública” in *Voces y Culturas*, nº 10, Barcelona.
- THOMPSON, John B. (1991) – “La Comunicación Masiva y la Cultura Moderna. Contribución a una Teoría Crítica de la Ideología” in *Revista Versión. Estudios de Comunicación y Política*, nº 1, México, Universidad Autónoma Metropolitana – Unidad Xochimilco.
- THOMPSON, John B. (1990) – *Ideologia e Cultura Moderna* (or. *Ideology and Modern Culture*), Petrópolis, Ed. Vozes, 1998.
- TURNER, Bryan S. (ed.) (1996) – *Teoria Social* (or. *The Blackwell Companion to Social Theory*), Algés, Difel, 2002.