

democracias e é possível reconstruir relações de causalidade entre os dois fenómenos. No plano da organização material, o funcionamento da democracia pressupõe a existência de um dispositivo complexo que lhe é fornecido pela estrutura racionalizada do Estado.

Mas o Estado também encerra organizações cuja dinâmica intrínseca pode induzir evoluções que, essas sim, podem ser altamente prejudiciais para o cidadão. Entre as menos espectaculares destas evoluções refiram-se o que se chamou o "fenómeno burocrático" (Crozier) ou, noutro plano, a "juridicização", isto é a alteração qualitativa das condições da interacção, pelo efeito de estruturas jurídicas (ver os recentes trabalhos sobre este fenómeno, levados a cabo no campo da sociologia do direito). A análise destas evoluções levou já à formulação, entre os cientistas sociais, de diversas novas estratégias de relacionamento com o Estado (Boaventura de Sousa Santos).

As mais gravosas são as que se observam nos campos do controlo sobre os cidadãos e da defesa armada da ordem pública, campos onde são edificados aparelhos (pense-se por exemplo em dispositivos de escutas telefónicas e do controlo da população por ficheiros contendo dados como a "raça" ou as convicções políticas, como os estiveram em debate recentemente tanto em Portugal como na França, na Suíça etc., sem falar dos países do Leste europeu), aparelhos que podem servir, indiferentemente, tanto uma actuação política que respeita os princípios democráticos, como políticos com tendências autoritários ou até totalitárias (Manuel Braga da Cruz, Fernando Rosas). Sabê-lo não significa reivindicar a (provavelmente impensável) eliminação destes dispositivos. Mas basta para motivar uma muito vigilante desconfiança.

### III Arte e Média: Indústria ou Cultura?

*Intervenção de*

*Maria de Lourdes Lima dos Santos\**

A proposta para debate põe em confronto dois domínios - cultura e indústria - sobre os quais recaem, em regra, fortes suspeitas de incompatibilidade. No entanto, se a aproximação entre ambas não é pacífica, ela aparece cada vez mais como inevitável.

Para alguns isto corresponderá a dizer que nos encaminhamos apocalipticamente para a catástrofe cultural (fim da arte, fim da cultura). Para outros, pelo contrário, significará que avançamos confiantemente para a "Grande Democratização Cultural".

---

\* Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa/ISCTE

Pela minha parte limitar-me-ei a propor alguns elementos de reflexão, considerando à partida que a relação dos media e das indústrias culturais com as formas culturais clássicas não tem de ser necessariamente uma relação de incompatibilidade ou de contaminação destas últimas por aquelas.

Vem a propósito começar pela designação de indústrias culturais (i.c.), dado o provocatório relacionamento que opera entre os dois termos da alter-nativa - cultura/indústria. Para já, o que são as i.c.? Pode avançar-se uma tentativa de definição aparentemente inocente, dizendo que se fala de i.c. quando os bens ou serviços culturais são produzidos, reproduzidos e difundidos segundo critérios comerciais e industriais, ou seja, quando se trata de uma produção de série, destinada ao mercado e orientada por estratégias de natureza prioritariamente económica.

E o que é que concretamente, cabe neste sector das i.c.? Em geral, refere-se o cinema, o disco, o rádio, a TV, o vídeo, mas também se avança a informática, a publicidade e o turismo ou, ainda, a organização de espectáculos e o comércio de arte.

Mas, para lá da pluralidade de ramos que se podem inventariar e distinguir dentro deste sector, mais pertinente para o nosso debate será atender aos diferentes graus de integração das diferentes i.c. no processo industrial. Quero com isto dizer que as diferentes fases do processo de produção/circulação a que corresponde a transformação do produto cultural em mercadoria implicam diferentes tipos de integração dos trabalhadores culturais no processo de trabalho industrial e diferentes modalidades de penetração do capital no sector das i.c..

De modo obrigatoriamente muito sucinto, chamo a atenção para alguns equívocos à volta do modo de produção e do tipo de produtos culturais do domínio das i.c. bem como no das formas culturais clássicas (f.c.c.) - modo e tipo esses que é tanto mais importante conhecer quanto por eles passa a definição do que é artístico e do que não o é. Assim, convem estar alertado quanto à tendência para, por um lado, associar o modo de criação artístico-artesanal e o produto de tipo único ou pouco reproduzível às f.c.c., conferindo-lhes um sentido que é o da maior criatividade e maior independência, e para, por outro lado, associar o modo de criação integrada no processo de reprodução industrial e o produto de tipo série às i.c., conferindo-lhes um sentido que é o da menor criatividade e menor autonomia do artista sujeito à pressão dos critérios industriais e comerciais.

Este quadro de correspondência não pode, ser tão linearmente traçado. Por exemplo, no que respeita à relação entre o modo de produção e o tipo de produto cultural, vale a pena lembrar que, em certas i.c., a criação mantém-se em moldes artesanais e a difusão corresponde à série. Na verdade, a participação do grande capital não se afirma apenas sobre os produtos culturais de grande reproduzibilidade (na indústria do disco, do cinema, etc.) mas também sobre os produtos de reduzida reproduzibilidade (caso da serigrafia, em relação à qual há grandes grupos que não desdenham lançar filiais especializadas no

supermercado da arte), embora essa participação aqui se concentre na fase de circulação-distribuição e não tanto na de produção.

Quanto à ideia do criador independente, ela precisa também de ser questionada, mesmo nos casos em que o artista parece deter o controle sobre a sua produção. Veja-se, por exemplo, o pintor - geralmente é imaginado como um artista que trabalha no refúgio do seu atelier, dando expansão à sua capacidade criativa como se fora do mundo estivesse. Todavia, ele está a trabalhar para um mercado que corresponde a uma rede de relações de que ele mesmo, enquanto pintor, necessariamente depende - uma rede de relações entre vários agentes (outros artistas, negociantes de arte, coleccionadores, críticos, clubes, museus, etc.) onde se joga o controle sobre o valor de troca, sobre a distribuição, sobre os públicos e, mais, sobre a própria produção artística, na medida em que as fases de produção e de pós-produção são sequenciais cronologicamente mas não analiticamente.

Mas a força da legenda do criador independente persiste e impregna o próprio sector das i.c., por clara que aí se possa revelar a integração do trabalhador cultural no processo de trabalho colectivo e a integração da sua criação no processo industrial. Um caso exemplar de ocultação destas condições é o do cinema chamado de autor que veio trazer legitimidade cultural ao que inicialmente fora tido como uma "arte menor".

Há outras manifestações da aproximação entre i.c. e f.c.c. que julgo de interesse apontar. Nomeadamente, alguns autores consideram que a explosão cultural a que actualmente se assiste é activada sobretudo pelo sector das i.c., tendendo a uma relativa estagnação o sistema de produção/consumo cultural não abrangido por aquele sector. Nesta medida, pensam que uma forma de contrariar a dita tendência consistiria em adoptar, no domínio das f.c.c., os recursos utilizados pelas i.c..

Face a uma procura particularmente flutuante, instável e difícil de prever como é a procura cultural, as i.c. socorrem-se de vários elementos estabilizadores, técnicas de promoção, distribuidores especializados (a figura do editor) e instrumentos específicos tais como as assinaturas, os protótipos, os *best-sellers* e o *star-system*. Este último, frequentemente referido para demonstrar o valor especulativo do artista no sector das i.c., funciona já de modo patente também em domínios das f.c.c. (caso das artes plásticas - o mercado da arte como investimento).

O recurso aos canais de difusão alargada, nomeadamente, é apontado como uma solução interessante para aquelas produções do domínio das f.c.c., onde não se consegue que o aumento dos custos com os salários dos respectivos profissionais seja acompanhado pelo aumento da produtividade - por exemplo, os espectáculos de ópera ou de teatro, ao serem produzidos para transmissão pela TV, podem ver assim espectacularmente aumentada a sua rentabilidade.

Por outro lado, quando as i.c. desenvolvem estratégias de divulgação que fazem a transferência de um produto do circuito cultivado para o circuito popular, elas não deixam de ser encaradas com suspeita uma vez que podem,

ao mesmo tempo, operar simplificações para o que presumem de mais fácil acesso e mais atraente para um público alargado e, por isso, mais atraente também para o investimento de capitais. Esta escolha pelo seguro, pelo que agrade às massas, levará, como não raro se afirma, a privilegiar uma cultura consensual e conformista em desfavor da experimentação e da inovação artística. Falta, porém, lembrar que a inovação pode até ser muito atraente pelo seu efeito de choque e que muitos investidores não desconhecem que ruptura e rentabilidade não são fatalmente inimigas... (a testemunhá-lo, os capitalistas americanos que apostaram em Dali nos anos 40 ou, mais recentemente, em Warhol).

Se passarmos a considerar os consumidores, uma questão que recorrentemente se coloca, pelo menos entre os intelectuais, é a de saber que margem há para um consumo participativo dentro do quadro das i.c. e, particularmente, dos media (estando implícita a resposta de que essa margem não existe ou é demasiado escassa). Parece-me curioso que não nos interroguemos também quanto à margem para um consumo participativo no quadro das f.c.c., sabendo-se que, por exemplo, um concerto ao vivo de música contemporânea erudita pode ser passiva e desempenhadamente recebido por parte da sua audiência.

Não obstante, afirmam alguns autores que há media mais propícios do que outros a uma participação activa dos receptores/consumidores. Deste modo, um meio como o livro e outro como a TV envolveriam diferentes níveis de participação, sendo o primeiro mais exigente (é preciso imaginar o que na escrita apenas se sugere) e o segundo mais fácil (a imagem aqui é dada de imediato). Acontece que a leitura do escrito pode praticar-se de modo superficial e "oblíquo" e não necessariamente em termos de leitura concentração-recolhimento; por outro lado, a imagem televisiva pode reclamar códigos altamente elaborados e grande esforço de atenção para ser decifrada.

Em suma, o problema não estará tanto no medium mas nas competências do consumidor. Competências que correspondem, simultaneamente, à familiaridade dos consumidores com o código de um determinado género e à sua capacidade de percepção das estratégias de manipulação e influência em causa. Aliás, falar de resistências ao poder dos media não fará sentido se não se tiver presente que a eficácia das resistências depende da formação das competências e, ainda, por outro lado, que a estrutura dos media não é uma estrutura monolítica mas um campo de relações de poder. É sempre animador ter presente que os media, tal como a escola - ambos tão importantes para a formação de competências - não são só lugares de produção de consenso, são também lugares por onde passa a expressão das contradições que animam a dinâmica social.

*Intervenção de  
José Manuel Paquete de Oliveira\**

Não valem os Eufemismos. Hoje, tudo se "vende". Vende-se o Livro, o Disco, a Pintura, vendem-se as Ideias.

1 - O ritmo alucinante em que se sucedem as inovações tecnológicas no campo das indústrias culturais e da informação está a introduzir no nosso quotidiano uma profunda mudança social, impondo-nos novas formas de estar na vida e novos modos de perceber o mundo. O pacato cidadão que todos os dias, ritualmente, vê o telejornal, assiste às mais diferentes pelepas desportivas ou "à morte em directo" na praça de Tiananmen em Pequim ou aquele, porventura economicamente mais favorecido, que joga o xadrez com o seu computador instalado num bom "maple" vê no seu video um dos últimos filmes de Spielberg ou de Ettore Scola mal consciencializa os contornos da modificação que a era da indústria da cultura tecnológica está a provocar ao nível da produção/consumo das "mercadorias"/objectos culturais.

2 - Todos os sistemas de difusão em geral, inclusivé o dos próprios jornais (que também utilizarão satélites e serão recebidos em casa como a electricidade), livros, revistas, video-cassetes, video-discos, filmes e toda uma vasta gama de "media" que a indústria da especialidade não pára de criar, em breve, na Europa, como no Japão ou no E.U.A., sofrerão uma mudança radical. Estudos de prospectiva indicam que numa situação combinada de várias técnicas de difusão e sistemas de distribuição - as R.D.S.I., as Redes Digitais de Serviços Integrados, a televisão via cabo, a televisão via satélite de transmissão directa, a televisão Pay-TV - cada país europeu, nos anos 90, poderá ter ao seu dispor uma média diária de trinta programas. A recepção de tais programas terá obviamente problemas de ordem técnica e económica: a capacidade do consumidor em adquirir os meios técnicos para captar tais programas. Todavia, nem uns nem outros serão tão complicados como há meia dúzia de anos poderia parecer. O próprio desenvolvimento tecnológico prevê e comporta a crescente standardização e a global comercialização destes produtos na prática acessíveis às bolsas de quem hoje pode ter um televisor a cores e um sistema de video-gravador. A utilização de toda esta capacidade informativa e cultural, com auxílio dos satélites, uma infraestruturá básica para as comunicações internas e externas dos países, provoca a conseqüente internacionalização da/s cultura/s, internacionalização que está a processar-se fora do controlo das

---

\* ISCTE

próprias unidades com identidades física e geograficamente delimitadas. As novas técnicas de difusão televisiva, radiofónica e cinematográfica vão revolucionar os actuais métodos de produção e recepção criando situações completamente inéditas, à escala nacional e internacional, cujas repercussões de ordem política, económica, cultural e social não estão ainda à vista. A este nível, é, de facto, possível sonhar com a "aldeia global", onde todos, ou quase todos os cidadãos do mundo poderão ver, à mesma hora, os mesmos programas, os mesmos filmes, os mesmos acontecimentos.

É a "sociedade da ubiquidade".

Como superarão esta capacidade tecnológica os vários interesses económicos e políticos em jogo? Nesta voragem da técnica intercomunicativa, como resolverá a política os conflitos das "exclusividades" e "soberania" de cada Estado, das identidades culturais, dos choques das civilizações?!...

3 - A ilusão é inimiga do realismo. O mundo da indústria cultural é o que está a acontecer, o "real", o que constatamos e não o que ficcionamos. Assim como na primeira "revolução" tecnológica da comunicação e da cultura com o desenvolvimento da imprensa e depois da rádio, do cinema e da televisão, os meios de cultura de massa foram produção e reprodução da ordem industrial que lhes deu origem, do mesmo modo a indústria electrónica da cultura não vai acontecer dissociada das condições que a produzem. As "indústrias electrónicas" e as "indústrias culturais" processam-se hoje numa perfeita simbiose. Conforme observa o insuspeito Daniel Bell, a sociedade pós-industrial tem como característica principal a confluência múltipla das vertentes económicas, culturais e técnicas. Não vale a pena sofismar a este propósito. Nem por amor da nossa cultura-madre continuarmos a contar mentiras uns aos outros.

4 - Várias tentativas têm sido implementadas neste sentido mas a solução do problema não é fácil. É um problema de vontade política, mas também, e principalmente, de "força" económico-financeira e de capacidade tecnológica. É um problema estruturalmente de potência industrial. Efectivamente, nem será muito pessimista dizer-se que não obstante todas as iniciativas e medidas da Comunidade (C.E.E.) e particularmente após a declaração de Veneza de Março de 1984 sobre a "identidade cultural europeia" (Esprit, Media 92, Eureka 95) não conseguiram até ao momento travar o domínio norte-americano. O aumento de importações de programas americanos pela generalidade das televisões europeias nos últimos anos não se fica a dever à procura do público desses programas ou à sua qualidade, mas ao efeito combinado de dois factores:

1) O aumento de horas de transmissão por dia (Em muitos dos países europeus nos últimos cinco anos o período de emissão triplicou; Portugal teve um aumento de cerca de 100%)

2) A impossibilidade da produção europeia dar resposta a esta taxa de crescimento.

O problema agrava-se, pois, os "produtos" além de serem em quantidade são altamente competitivos em termos de mercado.

5 - Os três factores que, neste sector, agravam sobremaneira a subordinação dos países ao exterior e que, em matéria de informação e da indústria da cultura, ferem a afirmação de uma "identidade cultural" própria são principalmente:

1) A informação de base (bancos e bases de dados, informações financeiras, comerciais, científicas, etc.);

2) A importação cultural (filmes, séries televisivas, video-discos, livros, jornais, notícia de agências, etc.);

3) A importação de conhecimentos.

Em qualquer destes três ramos, como se sabe, a dependência de Portugal é neste momento enorme. Neste campo, quem controla as redes, as suas estruturas e as suas normas, tem uma vantagem determinante. "As redes não têm fronteiras. Os seus objectivos são mundiais" - é um princípio estratégico dos seus produtores.

No caso português, esta situação é particularmente significativa: Em duas semanas de análise (Junho, Julho 88) à programação da R.T.P., sobre 152 unidades-programas de várias nacionalidades, 90 são de produção nacional. Sobre os 247 filmes exibidos pela R.T.P. (1º e 2º canais), entre Julho de 1986 e Junho de 1987, (vide Anuário Video/1988 de Lauro António) 58,7% eram de origem norte-americana, 36,4% com origem nos países da C.E.E. e apenas 3,2% eram portugueses. Mas a situação das salas de cinema não é diversa: sobre 232 filmes exibidos, 58% são norte-americanos, 30% com proveniência dos países da C.E.E. e só 5 filmes portugueses. Com efeito, as indústrias culturais não se reduzem a estes produtos mas, no contexto do sector audio-visual, eles são um indicador altamente ilustrativo.

6 - O confronto entre duas culturas diversas pode ter dois desfechos possíveis: a máxima ignorância uma da outra ou a destruição de uma pela outra. Qualquer identidade supõe a possibilidade real de se afirmar pela diferença. O reconhecimento da "identidade cultural" ao nível simbólico é enriquecedor e construtivo. Ao nível do exacerbamento mítico, sem expressão no mercado internacional, é normalmente destrutivo e negativo. Pode-se distinguir dois níveis de relações internacionais: aquele cujo autor e executor são os Estados e aquele que é realizado pelas próprias culturas. É óbvio que estes dois níveis coexistem. Todavia, não é menos óbvio que não obstante todos os esforços dos governos para estabelecer acordos de intercâmbios no respeito das fronteiras, estes em muito são ultrapassados pela circulação directa entre as diferentes culturas e os seus agentes. A identidade própria nasce na tomada de consciência da diferença. Mas, no caso vertente, do audio-visual e das indústrias culturais essa diferença tem de ser afirmada nos mercados concorrentes pela força na produção e nos circuitos de distribuição. E neste capítulo mais do que em todos os outros das trocas de bens, Portugal é um país extremamente periférico. Tem uma identidade própria, uma cultura especificamente caracterizada e definida, mas uma cultura com fronteiras de vária ordem: linguísticas, no sistema de valores, costumes, conhecimento, capacidade tecnológica, fonte de reservas e recursos. Neste campo, não basta afirmar ou defender a diferença.

É necessário "produzir" para distribuir, com efectividade, no espectro das indústrias culturais, em especial o sector audio-visual, "produtos"/sinais dessa cultura. Em suporte técnico e linguagem electrónicas. Para colocar-se numa "Europa sem fronteiras" versus Mundo são necessários a Portugal muito engenho e imaginação, recursos e capacidades. O eixo de especialização passa por abolir fronteiras à sua própria cultura sem desidentificá-la.

*Intervenção de  
Idalina Conde\**

Por pôr os termos em dijunção - cultura ou indústria -, adivinha-se nas entrelinhas da questão que se interroga sobre a (im)possibilidade aura da arte num contexto alargado de produção de mercadorias culturais. Estranho paradoxo o da situação contemporânea em que a aura das obras parece advir da sua própria falta de aura...

Nos anos 30, Walter Benjamin dava da aura belíssimas imagens, imagens para os sentimentos de surpresa que nos assaltam perante as coisas únicas - pode ser o rasto de um olhar ou esse contorno indefinido, mas que guardamos para sempre, do galho de uma árvore ao cair da tarde. A aura inspira-se num ideal romântico e desperta a nostalgia. Já era pois com nostalgia que Benjamin proclamava a perda dos valores de culto das obras nos valores de exibição mercantil, quando os artefactos culturais entram na era da reprodutibilidade. Também a Adorno repugnava a vulgaridade do consumo de massas e da indústria cultural; por isso pensava que, "se a arte é sempre nostálgica, hoje, mais do que trágica é triste". A sobranceria acompanhava o olhar que os fundadores da Escola de Frankfurt dirigiam a este público - acusado de liquidar o trágico, acusado de reaccionário porque intolerava a ambiguidade e indeterminação da arte, porque suspeitava da liberdade formal das obras, porque hostilizava o modernismo. Para Adorno, só o silêncio e o "sorriso arrogantemente magoado do artista" restava como refúgio no reino das mercadorias porque, argumentava, "é impossível explicar a arte aos brancos, não poderiam introduzir na sua vida a compreensão intelectual". Ao que Brecht respondia: "Você não pode apenas escrever a verdade! Você tem de escrevê-la para alguém, alguém que possa fazer alguma coisa com ela... Você não pode dirigir-se só a pessoas de certa tendência e àquelas que beneficiam com essa tendência devido à sua posição social...".

Hoje, mais de meio século depois, como nos parecem desconcertantes, tanto a visão elitista de Adorno, como o projecto político de Brecht, do mesmo modo que já não nos serve o paradigma apocalíptico da cultura de massas, nem a perspectiva de uma indústria cultural considerada processo uniforme e

---

\* ISCTE

ilimitado. No alvor da década de 90, depois de uns anos 80 recheados de movimentos pós-modernos, os artistas conhecem um acolhimento sem par e a cultura entra tranquilamente na produção em série e no mercado sem, no entanto, deixar de abrir perspectivas inesperadas para a criação e recepção estética. Aliás, o mais interessante nas sociedades contemporâneas são as novas possibilidades inscritas no jogo de lógicas complementares e antagónicas que tornam complexa e híbrida a industrialização e mercantilização da cultura, termos de resto nem sempre mutuamente equivalentes.

Quando falamos de produção cultural, e sem pretender demorar-me em definições, convém lembrar que estão em campo pelos menos três esferas distintas e também diferentemente susceptíveis de entrarem no processo industrial, apesar de todas concorrerem para um amplo mercado de bens culturais. Referimo-nos às artes do espectáculo (teatro, dança, ópera), às artes plásticas (pintura, escultura, objectos estéticos diversos e compósitos) e às ditas indústrias culturais, nas quais se deve distinguir as indústrias de informação, as indústrias de equipamentos (suportes de imagem e som) e as indústrias culturais num sentido estrito como as do cinema, livro ou disco. É importante ter em conta que em cada uma destas esferas se pode verificar uma pluralidade de situações de entrada no processo em série, sob pena de se acreditar numa industrialização indiscriminada. Há assim bens culturais de reprodutibilidade total ou parcial; reprodutíveis com intervenção directa, indirecta ou mesmo ausência dos criadores, como acontece nas indústrias dos equipamentos. De qualquer modo, e numa perspectiva inversa à dos pioneiros de Frankfurt, o que parece hoje mais interessante de reflectir, são os limites que condicionam a extensão da indústria cultural - limites dependendo, por um lado, dos consumos e práticas culturais; por outro, dos modos de organização da produção e da especificidade artesanal de boa parte do trabalho artístico, em que continua a predominar a figura do produtor individual e independente.

Adoptando a óptica do mercado (nem a única, nem necessariamente a melhor para dar conta da transmutação dos bens culturais em mercadorias, compreensível à luz das lógicas de produção), avançaria que o actual desenvolvimento do campo cultural conhece uma tensão entre indústrias culturais que apelam à privatização das práticas de consumo cultural (como, por exemplo, as indústrias dos suportes, as do livro ou do disco) e artes cuja extensão impõe a lógica da saída do espaço doméstico (pense-se nos espectáculos de teatro, dança, ópera; no cinema ou também nos concertos). Em síntese, se as primeiras trazem a cultura para casa, já as segundas precisam que se procure a cultura fora de casa. Alguns números ajudam no sentido desta conclusão. Assim, segundo um estudo económico sobre as despesas em cultura das famílias portuguesas, apresentado na Feira das Indústrias Culturais de Lisboa, podemos confiar com grande optimismo no seu crescimento futuro (despesas que rondavam os 3% do PIB em 1984, cuja estimativa para os anos 90 era situada por volta dos 5%). Todavia, um olhar mais atento sobre a repartição dessas despesas, indica que somente 21% dizem respeito a espectáculos, sendo a esmaga-

dora maioria destinada à aquisição de equipamentos culturais e bens como o livro (infelizmente não se faz a distinção entre livros escolares, seguramente com maior peso, e outro tipo de livros). Por outro lado, as estatísticas culturais disponíveis (que se sabe pecarem por falta de qualidade), relativas ao período 1979-1989, mostram haver forte decréscimo nas audiências de espectáculos públicos, particularmente no cinema (- 48%) e no teatro declamado (-38%) e musicado (-63.3%). A dança apresenta grande irregularidade (talvez dependente da própria oscilação da oferta de espectáculos, consequência também da pouca estabilidade dos grupos e companhias) e na ópera verificam-se variações ocasionais da ordem dos 10 000 espectadores, facto porventura explicado pela irregularidade das itinerâncias. Pelo contrário, já em museus de história e sobretudo os de arte, assiste-se a uma subida considerável do público (mas também aqui, não se distingue a afluência dos turistas das audiências nacionais).

Neste contexto, para otimizar a relação oferta/procura, é muito possível que as artes do espectáculo se venham a desenvolver em modalidades híbridas, articulando o processo em série na difusão (reprodução de espectáculos em vídeo e canais televisivos) com o reforço do carácter artesanal da produção. No caso da mais "multimédia" de todas estas artes, a ópera, conhecem-se os efeitos de "deseconomias de escala", em que a elevação dos custos de produção é sempre superior aos recursos de bilheteira (as maiores companhias dos Estados Unidos operam com "déficits" permanentes entre os 30% e 50%). Ora, tanto quanto isso for exequível, entre as novas estratégias económicas da produção nestas artes, e com inegáveis desafios para a criação estética contemporânea, não é imprevisível que se venha a explorar a montagem de espectáculos de menor dimensão, onde aparece revalorizado o papel artístico individual (o caso dos solos, por exemplo) e dos pequenos grupos.

Aliás, o lugar para modalidades neo-artesanais ("neo" na medida em que se articulam com o processo em série) no fabricar dos bens culturais tem sido reconhecido, mesmo no interior das indústrias culturais em sentido forte. Noutros termos, antes duvidou-se da sobrevivência e sobretudo do grau de influência das pequenas produtoras ditas independentes (no campo do cinema, disco, livro ou vídeo), mas hoje reconsidera-se o seu desempenho no que diz respeito à inovação - uma inovação, não a esqueçamos, necessária para o alargamento e reciclagem destes mercados. Com efeito, operando em dimensões de escala, que obrigam a estratégias de concentração e serialização da produção, as grandes indústrias culturais são menos imunes à estandarização e, por conseguinte, contribuem mais do que as outras artes para saturar as audiências.

A noção de indústria cultural também não se pode aplicar sem mais às artes plásticas - apenas parcialmente no caso da serigrafia, cujo valor advém, contudo, dos limites impostos à série de múltiplos. O uso da expressão tornou-se corrente pelo próprio impacto e extensão do mercado de arte, ou de esferas satélites como a das artes da imagem e dos objectos (gráficas, design, etc). De

facto, para se ter uma idéia do que se passa em Portugal, digamos que o número total de galerias aumentava de 90 para mais de 250 entre 1983 e 87, valor que hoje muito provavelmente já duplicou. Todavia, sabendo-se do funcionamento monopolista deste mercado, e do jogo simultâneo de lógicas centrífugas e centrípetas no seu desenvolvimento, não nos iludamos: apenas menos de 3 dezenas de galerias operam em circuitos centrais, entre as quais não mais de meia dúzia são de ponta (galerias "gatekeepers" que abrem e controlam os acessos a segmentos influentes do mercado).

Do mesmo modo, indicadores da actividade artística em esferas de difusão restrita e alargada não deixam de nos surpreender. Relativamente ao emprego no sector cultural, é possível estimar que, numa década (1970-1981), tem uma taxa de crescimento global da ordem dos 100%, sendo ainda notável como, em categorias habitualmente consignadas a produtores independentes (pintores, escultores, etc), o número de empregadores praticamente triplicou - o que deve estar associado à proliferação de pequenas empresas na área das artes aplicadas (gráficas, design, publicidade, etc), lugares habituais para inserções profissionais cumulativas dos artistas. São dados que apontam para a hipótese de uma coexistência entre mercados artísticos - centrais e periféricos - com homólogos mercados satélites, situados abaixo na escala estético-simbólica mas comercialmente fortes, que estruturam e mutuamente reforçam cadeias de consumo cultural. Ainda na esfera mais restrita da arte contemporânea, a dinâmica do mercado encontra expressão em ciclos de produção muito mais curtos: tendo por referência dois dos artistas mais proeminentes dos anos 80, foi possível contabilizar, apenas de inícios a meados da década, cerca de 10 exposições individuais e 14 a 20 colectivas, índice de produção ainda aumentado em dois dos seus sucessores mais jovens que, somente em 2 anos, realizavam a proeza de 8 exposições individuais e 4 colectivas.

Seria irrealista recusar boa parte do carácter "serial" desta produção compulsiva para o mercado, ou acreditar em condições de inteira originalidade, quando sabemos que a internacionalização da arte e cultura contemporânea corresponde e acentua o papel de comando dos maiores centros mundiais. Mas convém sempre lembrar que o facto de serem mais as obras a circular não as priva dessa propriedade tão glorificada pelos pensadores de Frankfurt: o serem únicas. E quanto à hipótese de que hoje o mercado faz a arte, também não satisfaz de todo; o mercado só existe no interior de uma sociedade que o reclama, como aliás parece acontecer no caso da arte contemporânea, cuja dispersão estética e ecletismo vai ao encontro de tendências de personalização estilística que se insinuam em várias dimensões da vida quotidiana.

O mérito da Escola de Frankfurt foi ter iniciado uma reflexão sobre a indústria cultural e o lugar por ela ocupado nas formações sociais capitalistas. Mas é um mérito cujos limites nascem na omissão dos limites a esta indústria, então tomada como processo imparável, extensivo e irreversível. Até agora, vimos como grande parte desses limites emergem das próprias lógicas de produção cultural. Resta chamar a atenção para limites à cultura em série,

localizados do lado da recepção, atitudes, práticas e consumos dos públicos. De facto, quando falavam em mercadorias culturais, os pensadores alemães não davam inteiramente conta de uma última dificuldade: a da conversão de valores de troca gerais desses bens, em valores de uso que, na realidade, são diferenciados. Conversão do geral no geral, portanto condicionada e limitada por conhecidas barreiras de natureza social, económica e cultural.

A aura nunca pôde viver apenas do estatuto singular das obras; precisou sempre do reconhecimento da sua originalidade, uma originalidade que o modernismo elogiado por Adorno associava à ambiguidade, indeterminação ou mesmo elisão de sentido das obras. Em princípio, a perversão do original na série traçada o caminho do fácil entendimento e fruição da cultura pelas massas. Esta perversão que tanto indignava os pioneiros de Frankfurt, pressupunha uma equação simples: valores gerais de troca dos bens idênticos a valores também gerais de consumo. Porém, mesmo quando isso parece acontecer sem limites (nas ditas indústrias culturais de massas), não deixaram de se recriar as condições para o subsistir da aura. Onde e como? Justamente na descontinuidade que sempre reencontramos entre aquelas duas esferas de valores da mercadoria cultural. A lógica da paridade do lado da produção cultural tem, portanto, um difícil diálogo com a lógica da diversidade do lado da recepção e das categorias de reconhecimento da cultura. É esta diversidade que garante, por último, a percepção do único nos objectos em série. Paradoxo? Não. Simplesmente a disponibilidade milenar da arte e da cultura para a diferença e para o encantamento. O encantamento que sentimos perante as coisas que somos capazes de reconhecer como únicas ou que decidimos viver como únicas. Relembremos Benjamin: pode ser o rasto de um olhar, ou esse contorno indefinido, mas que guardamos para sempre, do galho de uma árvore ao cair da tarde...

#### IV Valores nos Anos 90: Romantismo ou Pragmatismo?

*Intervenção de  
João Ferreira de Almeida\**

A proposta de um debate implica por vezes dificuldades logo na localização do tema. A dificuldade da componente prospectiva - o que vai passar-se nos anos 90? - soma-se aqui a de definir aceitavelmente, embora só para afeitos da nossa conversa, os termos pragmatismo e romantismo.

Quanto ao pragmatismo aceitemos a ideia de que a noção remete para atitudes de realismo na avaliação do que se passa e do que pode vir a passar-se.

---

\* Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa/ISCTE