

# DEVIDAS ARTES

PAULA GUERRA E LÍGIA DABUL (EDS.)

# DEVIDAS ARTES

PAULA GUERRA E LÍGIA DABUL (EDS.)

Design por Irandina Afonso  
Ilustração da Capa por Lua Celina

Publicado em Setembro 2019  
Universidade do Porto. Faculdade de Letras  
[University of Porto. Faculty of Arts and Humanities]  
Porto, Portugal

ISBN 978-989-8969-18-7  
Suporte: Eletrónico - Formato: PDF / PDF/A

## IV.0. Artes Ilimitadas

### IV.0. Unlimited Arts

#### Paula Guerra

**A Arte.** Só aqui já entramos num campo potencialmente polémico: merece a palavra a utilização da maiúscula? É assim tão importante? Independentemente da resposta dada, avançamos para outra problemática: como definir arte? Não é hiperbólico afirmar que existem tantas definições quantos autores. Ou talvez mais. Vamos supor que chegamos a uma conclusão sobre como definir “arte”. O que aí incluímos? Apostamos numa abordagem restrita e elitista ou num *anything goes* pós-moderno? Como podemos ver, ainda antes de começarmos a escrever sobre o que for, estamos num verdadeiro campo minado, em que qualquer passo vai levantar celeuma em parte dos leitores. **Todos somos críticos de arte.** E os críticos são como os clientes, têm sempre razão. Posto isto, e levando em consideração o título desta introdução, é fácil adivinhar que não possuímos de todo uma visão restrita do que é arte.

Durante o período medieval europeu, os artistas eram vistos como possuindo uma **inspiração divina**. No século XVII, uma mudança ocorreu e os artistas tornaram-se indivíduos com um potencial criativo ilimitado e, por conseguinte, foram elevados a um estatuto de elite intelectual. No Romantismo, por seu lado, o artista começou a ser visto como alguém afastado da sociedade, sendo isto visto como uma qualidade essencial para qualquer artista; isto remete-nos para a ideia da **era romântica do artista** como alguém esfomeado e que sacrificou tudo – dinheiro, *status*, conforto, etc. – pela arte. Ou seja, uma “profissão sagrada” (Simpson, 1981: 5) capaz de criar algo criativo e único, que não se encontra ao alcance do comum dos mortais.

Tratava-se de uma ideia partilhada por toda a sociedade. E ainda hoje faz parte do senso comum. O problema é que durante muito tempo a sociologia padeceu do mesmo mal. Considerava-se que se tratava de uma atividade que estava fora do escopo sociológico, que não tinha capacidade de a compreender. Sentimento que também era partilhado pelos artistas, que viam com desconfiança a intromissão desta nova vaga de cientistas sociais com pretensões a dessacralizar a sua atividade. Houve assim quase um pacto

de não-agressão entre sociólogos e artistas, apenas quebrado pela costumeira hagiografia (que ainda hoje em dia vemos).

Esta torre de marfim foi quebrada por um conjunto de sociólogos se propuseram a analisar as dinâmicas quer do campo artístico (Bourdieu, 1996) quer do *art worlds* (Becker, 1982). Quebrando a perspectiva sacralizada da arte, abriram as portas a que a sociologia da arte expandisse os seus objetos de pesquisa.

Este movimento sociológico não deixou de ser acompanhado por profundas mudanças no **mundo artístico**. Se até ao século XX havia uma predominância das artes ditas nobres, **pintura, literatura**, etc., rapidamente observamos um esboroamento de um consenso sobre o que é ou não é arte. Vejamos a famosa obra *Fountain*, de Marcel Duchamp. Inicialmente foi rejeitada pelos júris, que não viram nela qualquer tipo de esforço artístico. Atualmente é considerada um dos expoentes artísticos do século XX. E talvez seja aqui que podemos marcar o nascimento da **arte ilimitada**. Não no sentido de um *everything goes* pós-moderno, mas de uma expansão e democratização da esfera artística. O que foi acompanhado pela sociologia.

José Saramago, em 1993, nos seus *Cadernos de Lanzarote* escrevia que “A arte não avança, move-se”. Este será o mote desta parte IV. Fuente (2007), por exemplo, considera que é necessário que os sociólogos que estudam o campo artístico façam perguntas que coloquem em questão as suas suposições tácitas. Veja-se Willis (2005) e sua crítica à negligência dada às culturas do dia-a-dia que fez com que a sociologia da arte apenas se preocupasse com espaços e práticas artísticas oficiais. Inglis e Hughson (2005) também não deixa de criticar a preocupação espúria entre o que é arte e não-arte, uma espécie de imperialismo sociológico. Contudo, consideram que é possível um futuro menos dogmático, isto se os sociólogos começarem a relativizar, historicizar e pondo a nu todas as suposições dadas como óbvias.

Reportando-nos ao caso da **música popular**, temos o trabalho de Tia DeNora (2011) na revitalização que se tem efetuado no estudo sociológico da música, estabelecendo mesmo um desafio à noção de uma **sociologia da arte**. Isto porque, e o mesmo pode ser dito da sociologia da arte, falar de uma **sociologia da música** implica estabelecer a noção da música e sociedade como entidades separadas (DeNora, 2003a: 151). Deve-se, em contrapartida,

e isso está na base da nossa ideia de arte ilimitada, de se tratar a arte não como um simples objeto para se admirar de vez em quando, mas uma força ativa na vida social dos indivíduos.

Porém, é importante introduzir uma relativização do que antes falamos. Isto é, qual é o **valor da arte**? Haverá uma *value gap* entre o seu valor simbólico e o valor económico, como muitos artistas, músicos e produtores afirmam? Não haverá uma sobrevalorização quando se fala na universalidade da experiência artística e o nível de investimento musical que as pessoas têm? Reportando-se ao caso da música popular, Marshall (2019) levanta a polémica: no mundo ocidental as pessoas não atribuem grande valor à música. O *value gap* não existe devido a fatores externos como a pirataria e serviços de *streaming*, apenas talvez a música não seja assim tão importante como pensámos.

Estudos de Sloboda, O'Neill & Ivaldi (2001) e Greasley & Lamont (2011: 55) são ainda mais claros: a forma de escuta atenta de música não passa dos 2%. A música não é o principal foco da nossa atenção. Grosso modo, não passa de uma atividade complementar: ouvimos música enquanto trabalhamos, estudamos ou estamos no ginásio. A música está no *background* (Kassabian, 2013). Mesmo com os livros o caso não muda de figura: metade dos livros que os ingleses têm em casa nunca foram lidos (Copping, 2014).

Voltando a Tia DeNora, esta alargou a arte para o quotidiano de todos nós. As **novas artes urbanas** serviram para expor a arte em locais inusitados, ao alcance de qualquer um, em que se procura estabelecer um diálogo democrático entre arte e a audiência. Uma questão tão cara ao crescente campo do **ativismo**, que almeja um papel crucial na **resistência** e **subversão** ao *status quo*. Propõe uma dupla rutura: com a visão da arte pela arte, afastada da realidade social, e com o estado das coisas. Mas ainda não terminamos com este alargamento ilimitado da arte. Molotch (2003) efetua um estudo sobre arte um livro sobre bens de consumo. Como estes simples bens de consumo são apropriados e transformados em **material culture**. Isto desafia muitas das ideias preconcebidas da sociologia da arte, em que a arte é entendida como transcendente. Molotch, por seu lado, afirma que a magia destes objetos, e de toda a arte, pode ser encontrado nos vários e complexos estímulos sociais e psicológicos usados conjuntamente. Molotch chama-lhes

uma espécie de *lash-up* de sensualidades. Ou, por outras palavras, “os objetos são relações sociais tornadas duráveis” (Molotch, 2003: 10).

Estas **relações sociais duráveis**, como Eyerman e McCormick (2006) postulam, originam atividades sociais que desembocam em novas formas de identidades e práticas sociais. Existe uma base emocional que não pode ser descartada. Especialmente se falarmos da música, que já desde os trabalhos de Durkheim se constata como grupos sociais encontram recursos na música (e noutras formas de arte). O mesmo pode ser dito do ponto de vista individual. DeNora (2003b) aborda o conceito de *affordance* para descrever as possibilidades de a música *get into the action*. Ou seja, o papel de mediação estabelecido em relação às ações sociais e experiências. A música, e a arte no geral, pode influenciar o curso de uma ação social ou pode encarnar certos comportamentos ou emoções que abre novos caminhos para o estudo da sociologia da arte.

O conceito de arte ilimitada, bem como tudo o que viemos a expor, encontra a sua maior potencialidade no ***ethos do it yourself***. Um conceito com uma já longa história, pelo menos desde a década de 1970 com o movimento *punk*, mas já tendo influências de movimentos artísticos como o Situacionismo, o DIY pode ser entendido como uma resposta pragmática às necessidades de fazer arte, uma arte sem qualquer apoio comercial, sem qualquer tipo de constrangimento económico. Acima de tudo, uma *praxis* e uma cosmologia que orienta a forma de fazer as coisas. Uma arte literalmente interiorizada e exteriorizada. Mas a liberdade artística e económica que advém do DIY faz-se acompanhar, não podia deixar de ser, por uma maior necessidade de trabalho e responsabilidade por parte dos artistas, pois não possuem uma equipa de apoio. Assim, uma das principais características é a **independência**, não só a nível económico, mas sim a nível pessoal, isto é, a capacidade de afirmar a sua independência artística e defendê-la sozinho. É a capacidade de se afirmar pelos seus próprios meios. Claro que por si só tal objetivo seria impossível. É necessário existir uma comunidade que apoie e dê as possibilidades ao florescimento do DIY (Guerra, 2017, 2018; Bennett & Guerra, 2019).

Uma outra característica que liga o DIY e a arte ilimitada é a **diversidade artística** que é inerente ao DIY: **música, pintura, fanzines, bricolage**, entre outras coisas. Hoje em dia até podemos afirmar que se encontra na moda, sendo apropriado por multinacionais como o IKEA. Mas

colocando isso de lado, trata-se de um *ethos* que pode ser explicado pelo conceito de **cidadania rebelde** (Holston, 2008). Isto é, o uso da cidadania como um espaço de **resistência e confronto**. Onde e quando quer que seja. Em todos os meios possíveis, mesmo naqueles mais inverosímeis. Desde que a fanzine Sniffin' Glue publicou o seguinte axioma: “this is a chord, this is another, this is a third. Now form a band” a arte nunca mais foi a mesma. Se a *Fountain*, de Marcel Duchamp, foi o nascimento, então o axioma do *Sniffin' Glue* foi a revolução necessária para expandir a democratização da esfera artística até ao infinito. **Até a uma arte ilimitada**. Posto isto, consideramos que nesta quarta parte encontramos trabalhos que abordam e expandem as artes ilimitadas.

### Referências Bibliográficas

- Becker, H. S. (1982). *Art Worlds*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press.
- Bennett, A. & Guerra, P. (2019) (Eds.). *DIY cultures and underground music scenes*. Abingdon/New York: Routledge.
- Bourdieu, P. (1996). *As regras da arte*. Lisboa: Presença.
- DeNora, T. (2003a). *After Adorno: Rethinking music sociology*. Cambridge: Cambridge University Press.
- DeNora, T. (2003b). Music sociology: getting the music into the action. *British Journal of Music Education*, 20(2), pp. 165–177.
- DeNora, T. (2011). *Music in everyday life*. Cambridge: Cambridge University Press
- Eyerman, R. & McCormick, L. (2006) (Eds.). *Myth, meaning, and performance: Toward a new cultural sociology of the arts*. Boulder, CO: Paradigm.
- Fuente, E. de la (2007). The “new sociology of art”: putting art back into social science approaches to the arts. *Cultural Sociology*, 1(3), pp. 409-425.
- Greasley, A. & Lamont, A. (2011). Exploring engagement with music in everyday life using experience sampling methodology. *Musicae Scientiae*, 15(1), 45–71.
- Guerra, P. (2017). Just can't go to sleep: DIY cultures and alternative economies from the perspective of social theory. *Portuguese Journal of Social Science*, 16(3), 283–303.
- Guerra, P. (2018). Raw Power: Punk, DIY and underground cultures as spaces of resistance in contemporary Portugal. *Cultural Sociology*, 12(2), 241–259.
- Holston, J. (2008). *Insurgent Citizenship: Disjunctions of democracy and modernity in Brazil*. Princeton: Princeton UP.
- Inglis, D. & Hughson (eds.) (2005). *The sociology of art: Ways of seeing*. London: Palgrave.
- Kassabian, A. (2013). *Ubiquitous Listening: Affect, Attention, and Distributed Subjectivity*. Berkeley: University of California Press.

Marshall, L. (2019). Do People Value Recorded Music? *Cultural Sociology*, 13(2), 141–158.

Molotch, H. (2003). *Where stuff comes from: How toasters, toilets, computers, and many other things come to be as they are*. New York: Routledge.

Simpson, C.R. (1981). *Soho: The artist in the city*. Chicago: University of Chicago Press.

Sloboda J.; O'Neill, S. & Ivaldi, A. (2001). Functions of music in everyday life: An exploratory study using the experience sampling method. *Musicae Scientiae*, 5(1), 9–32.

Willis, P. (2005). Invisible aesthetics and the social work of commodity culture. In D. Inglis & J. Hughson (eds.) *The sociology of art: Ways of seeing* (pp. 73–86). London: Palgrave.

### **Outras Referências**

Copping, J. (2014). Half of books in homes are unread. *The Telegraph*, 6 Março de 2014. Disponível em: <https://www.telegraph.co.uk/culture/books/10679079/Half-of-books-in-homes-are-unread.html>.