

O ARTISTA, A PRODUÇÃO E A CIRCUNSTÂNCIA HISTÓRICA “A Maioria não Está Connosco”

Francisco Magalhães¹, magalhaesfrancisco@edu.ulisboa.pt

Resumo

É, na contemporaneidade, importante perceber as interações entre a produção artística e o público. Neste artigo formula-se, partindo da frase de Paul Klee “a maioria não está connosco”, uma reflexão no sentido de perceber o fenómeno que se conhece como divórcio público-arte. Faz-se um enquadramento do fenómeno e, recorrendo a teses de Max Horkheimer e Theodor Adorno, relativas à indústria cultural e a teses de Gilles Lipovetsky, que aborda o tema da hipermodernidade, pretende-se compreender a expressão deste afastamento entre público e arte na sociedade atual. Neste sentido, temas como a mediação e a componente performativa da arte, a capacidade sensível e percetiva do público na circunstância histórica e a hipermodernidade e a relação do individuo com o tempo, tornam-se temas indispensáveis de ser abordados para a presente análise.

¹ Centro de Estudos Geográficos (Instituto de Geografia e Ordenamento do Território, Universidade de Lisboa); Faculdade de Ciências Sociais e Humanas., Universidade Nova de Lisboa.

“A obra de arte genuína, como acontecimento que é, é também, no momento em que acontece, o não-acontecimento por excelência: tanto menos visível quanto mais em rutura com a cultura estética vigente. Porque a arte, a criação artística, não é cultura, mas atividade sempre contracultural: cria-se contra os padrões existentes, e a partir de um «possível» que lhes escapa. O cineasta Godard tem uma bela fórmula: se a cultura é a regra, a arte é a exceção”. (Sousa Dias, 2004: 121)

Mário Dionísio propôs que lhe chamássemos divórcio. Seja feita a sua vontade! Empreguemos então esse palavrão para dar nome ao fenómeno que Paul Klee descreve – “a maioria não está connosco”. Agarrada a esta afirmação vem a inevitável pergunta: a quem se refere Klee quando diz “connosco”? A resposta é simples: ao grupo em que ele se integra; aos artistas, é claro! E além desses, dos artistas, há os outros, parte integram o seu público, outra parte não faz sequer ideia “da existência de artistas, nem [dá] pela sua falta” (Dionísio, 1973: 29). Daqueles que de alguma forma procuram ainda entreter-se com algo “insólito”, “incómodo”, que “não se vê para que serve, que lucro dá, que lugar [ocupa] no labirinto de sucedâneos da felicidade, que o homem acabou por confundir com a própria vida e em que incessantemente se movimenta” (Dionísio, 1973: 29), ao qual se dá o nome de arte, há que destacar uma “maioria” que não está com os artistas, que não percebe a mensagem que a obra de arte lhe quer passar – “O nosso curioso suspeita que se querem divertir à sua custa. Não entende as telas. Irrita-se.” (Dionísio, 1973: 31). Há um desencontro entre os dois, um divórcio; há um divórcio público-arte.

“O triunfo social do Poeta – e não é desconhecido para ninguém que, um tanto mais, um pouco menos, isso sempre se verificou, - não pode estar dentro das suas preocupações imediatas. [...] ele sabe, como todos nós, que a sociedade apenas compra aquilo que lhe convém. Ou que deixou de a assustar.” (Luiz Pacheco, 1974: 31).

Paul Klee fala deste divórcio no início do século XX, mas será este fenómeno exclusivo dessa época histórica? A passagem da arte figurativa à arte abstrata foi um acontecimento que casou um afastamento particularmente intenso entre o público e a arte. O desaparecimento do assunto da obra de arte, para esta passar a ser assunto em si mesma, o desaparecimento da representação de uma realidade na obra, para esta passar a ser uma realidade em si, foi uma alteração no campo das artes que causou, à maioria do público, uma enorme estranheza. O artista produzia a obra partindo do pressuposto que ela não tem de representar qualquer realidade, mas tem sim de ser uma realidade em si. O público continuava a ir à procura da representação. Interrogavam-se (ou, em muitos casos, ainda se interrogam) do que estaria aquela obra de arte a representar. Continuavam (ou continuam) a dar uma atenção racional ao que exige deles uma experiência das sensações. Qual o

resultado? O público “suspeita que se querem divertir à sua custa. Não entende as telas. Irrita-se.”

“Interrogar o passado sobre o modo como as novidades estéticas nascem e se impõem é encontrar as repetidas dificuldades, as lutas, os desprezos, as barreiras de animosidade que os grandes artistas têm tido sempre que vencer. É compreender que o amor começa aqui pela aversão, que um período de incompreensão e hostilidade faz parte do processo da apropriação social da novidade.” (Mário Dionísio, 1973: 40).

Mas este problema não é exclusivo da arte abstrata. Há uma verdade intemporal que é preciso levar em conta: “o artista é o primeiro a pronunciar uma palavra que, por mais desejada, por mais sonhada, por mais latente, nunca ninguém tinha ouvido antes e não é nunca absolutamente igual ao que se poderia imaginar enquanto apenas flutuava no sonho.” (Dionísio, 1973: 44). A criação de uma nova obra de arte é sempre, em qualquer período histórico, um rompimento. Tal rompimento é algo que o público acompanha e percebe a diferentes ritmos, mas sempre numa posição de atraso relativamente à produção. A experiência perceptiva do público está sempre em atraso relativamente ao que está a ser produzido no momento. O artista, através da sua obra, que é por natureza um rompimento, exige do público uma renovação constante da sua capacidade perceptiva. Esta renovação demora por vezes longos períodos de tempo e está dependente não só da forma como o público procura (ou não) esclarecer-se, mas também da intensidade da inovação, do rompimento, que a obra representa. Um rompimento como o que representou a arte abstrata, ainda hoje, não raras vezes, não é compreendido pelo público. A obra de arte dá-se a perceber apenas a quem tem capacidade de a perceber, e apenas uma franja de público mais informado consegue ter uma capacidade perceptiva capaz de acompanhar o ritmo imparável da produção artística. É um desafio constante. Como apreenderíamos esse algo sempre novo que é a própria arte, se não tentássemos calcar os preconceitos de que somos presa quando vamos ao encontro dela? Se paradoxalmente quiséssemos que a novidade procurada não fosse mais do que aquilo que pretensiosamente julgamos que a novidade deve ser? “[...] Se, em vez de pedirmos à arte que nos abra constantemente um universo mais, estivéssemos sempre prontos a exigir-lhe que não nos force a sair do nosso quintal?” (Dionísio, 1973: 45). É, pela natureza da obra de arte como novidade, que é exigida ao público uma abertura à renovação da sua capacidade sensível. É, pela natureza da obra de arte como novidade, que é exigido ao público uma abertura ao desconhecido, ao novo.

Há, contudo, que ressaltar que, caso a produção artística não seja espontânea, mas seja uma encomenda, não há este problema pois é o próprio público que diz ao “artista” qual é a inovação (ou falta dela) que ele quer. O “artista” funciona então com um mero executante que dá forma a uma ideia que, para o seu primeiro público, quem lhe faz a encomenda, já não é uma novidade, já há muito que habita dentro da sua cabeça daquela mesma forma que agora o “artista”, por encomenda sua se limita a materializar, estando, de todo este processo afastada a ideia de criatividade, de produção artística. Nesta situação, o artista perde a componente diferenciadora da produção artística – o contacto com o transcendente –, para passar a ser um mero executante manual – um artista na acessão medieval (Eco, 2011). Claro

está que tal deixa de ser verdade se a encomenda for do gênero da que Mário Soares fez a Júlio Pomar para fazer o seu retrato oficial, dizendo-lhe “faz o que quiseres”. Aí o artista, no caso Júlio Pomar, liberta, ainda que dentro de algumas restrições, a sua capacidade criativa, saindo o retrato que saiu (não vem agora ao caso julgá-lo bom ou mau, despropositado ou não) – contrastante com todos os que o ladeiam no Museu da Presidência da República.

“Quem detesta Picasso e ama Renoir não pode nem deve aprovar Picasso só porque se lembra que o criador de aveludado encanto, como Renoir, foi um dia paradoxalmente considerado «verdadeiro malfeitor que corrompeu a juventude». Mas lembrá-lo tem vantagens. Pode pôr o admirador exclusivo de Renoir em condições de interrogar a pintura de Picasso antes de passar levemente à frente.” (Mário Dionísio, 1973: 43).

“Passaremos agora à atitude simplória de aceitar uma obra justamente porque não a compreendemos?” (Dionísio, 1973: 43). Não podemos, só por que não somos capazes de entender a obra de arte e com medo de estarmos a cometer uma das maiores injustiças para com ela, “concluir, perante qualquer obra, por mais insignificante: *É admirável; dentro de trezentos anos será compreendida e aceite*” (Dionísio, 1973: 43). A atitude não deve passar por uma aceitação imediata. A interrogação faz parte do processo; só com ela é possível a total compreensão do que nos quer transmitir a obra de arte. Interrogar-se a este respeito pode fazer compreender ao curioso, que se depara com determinada obra, que “a irritante falta de comunicabilidade pode não ser definitiva, mas apenas transitória e, em certo grau, inevitável.” (Dionísio, 1973: 43).

A capacidade percetiva do público é também consequência direta da circunstância histórica. Em diferentes épocas históricas o mundo dá-se a ver de diferentes formas. Exemplo disso é a relação entre o aparecimento do impressionismo e do futurismo com a ideia de velocidade que foi trazida com a evolução da máquina nos finais do século XIX. O mundo, com este acontecimento torna-se visível de outra forma que não era no século XV, por exemplo, onde as sociedades não tinham ainda incutida esta ideia de velocidade². Há então uma ligação entre a capacidade percetiva e a sociedade. O fenómeno não é apenas subjetivo, é algo maior e que é condicionado por fatores múltiplos. Pensar que a capacidade percetiva advém apenas do educar do “olhar” contemplativo da obra de arte, é atacar apenas parte do problema. Ele é mais profundo. Nós vemos o que é visível. E só quando, por circunstância histórica, esse algo, até então impossível de se ver, se torna uma possibilidade ao campo percetivo do ser humano, ele se torna suscetível de ser (ou não) contemplado.

Mas se a circunstância histórica tem um tempo, não é menos verdade que tem um espaço em que esse tempo decorre. E será o tempo igual em todos os lugares? “Nada nos garante que a mesma pintura, na mesma época, exibida noutra local, teria tido o mesmo êxito” (Dionísio, 1973: 35). O olhar do público - a capacidade sensível -, está modelado pela realidade que ele próprio vive. Em diferentes lugares há diferentes “olhares” comuns. É este fenómeno de base territorial multiescalar, um fenómeno que dita diferentes ritmos de

² A ideia de velocidade nos ritmos de vida é, ainda hoje, importante para perceber as preferências artísticas do público. Estes ritmos de vida têm uma distribuição espacial, a várias escalas, diferente.

renovação da capacidade perceptiva da obra de arte que nasce como novidade, como rompimento. Há, assim, num mesmo tempo aceitações diferentes da mesma obra.

“Não obstante, a indústria cultural permanece a indústria do divertimento. O seu poder sobre os consumidores é mediado pela diversão que, afinal, é eliminada não por um mero diktat, mas sim pela hostilidade, inerente ao próprio princípio do divertimento, diante de tudo que poderia ser mais do que divertimento. Uma vez que a encarnação de todas as tendências da indústria cultural na carne e no sangue do público se faz mediante o processo social inteiro, a sobrevivência do mercado, neste setor, opera no sentido de intensificar aquelas tendências. A interrogação ainda não é substituída pela pura obediência.” (Theodor Adorno, 2002: 18)

Resta saber qual será a circunstância histórica atual e que consequência tem ela na relação do público com a arte. A resposta é complexa e impossível de dar na totalidade. Contudo, textos como *O iluminismo como mistificação das massas* de Max Horkheimer e Theodor Adorno, indicam-nos um caminho para desvendar alguns dos pontos que podem ajudar a compreender o papel da arte no mundo contemporâneo. Neste texto, os autores definem o conceito de indústria cultural.

A partir do momento em que a produção industrial se apoderou da produção artística, esta entrou numa lógica de mercado. Produz-se o que se sabe que se vai vender. A arte transforma-se em mercadoria cultural. Não importa mais se é dotado de significado ou não, se é novidade ou não; importa que venda e é essa a lógica a que uma boa parte da “produção artística” (ou produção industrial, que aqui são facilmente confundidos...), se subordina. Assim, criam-se peças, que se dizem obras de arte, que não causam uma interrogação inicial ao público, que são imediatamente aceites. Cria-se um negócio de massas. A interpretação é fácil e, não em poucos casos, até dispensável.

A arte torna-se algo fácil. Serve para encher as horas vagas. É confundida com o entretenimento. Assume uma função de ocupação dos tempos livres – coisa que também é gerida, tão bem (ou tão mal), pela sociedade de mercado. Toma o seu público não como um sujeito, mas como um objeto consumidor. A arte deixa de ser algo essencial, algo que enriquece o humano, e passa à condição de supérflua e dispensável.

Não é, porém, de desprezar o seu poder. “Toda a “cultura pura” tem causado mau estar aos porta vozes do poder.” (Adorno, 2002: 52). Simultaneamente com a sua função de mercado, a obra de arte funciona como um instrumento de poder. Ela contribui para difundir uma cultura, para difundir um modo de pensar, um modo de estar na vida, um modo de sentir. Ela torna-se importante (senão mesmo indispensável) no jogo constante das geografias do poder. Bom exemplo disso é considerarmos a importância do cinema na afirmação da cultura americana como padrão cultural ocidental. Para não sair aqui do nosso quintal - território administrativo limitado por fronteiras da mesma índole, que aqui e ali aproveitam também elementos físicos, que funcionam como barreiras, para se instalarem, pertencente a um ser maior: uma jangada de pedra que, por engenho, se acoplou, vítima da abertura do golfo da Biscaia e do rifte médio atlântico, ao velho continente (ao qual, para o bem e para o mal pertencemos) -, chamado Portugal, veja-se a luta que houve entre o cinema, a cultura e a arte

soviética e o cinema, a cultura e a arte americana, no processo tardio de abertura de Portugal ao mundo, no pós-25 de abril. Portugal poderia cair para qualquer dos lados e houve aqui uma luta para incutir às pessoas ambas as culturas. Uma luta que envolveu investimento monetário direto, falando só no campo das artes, por parte dos dois blocos. A Guerra Fria jogou-se com certeza no campo político, mas também no campo cultural e artístico. Essa luta, em conjugação com outras lutas políticas e sociais, por cá, foi largamente vencida pela cultura americana, atingindo o auge na década de 90 do século passado, com a quase exclusividade, no campo do cinema, de filmes americanos – bom exemplo disso é o filme *O Lobo de Wall Street*, que reflete bem a cultura social norte americana.

Outro dos problemas que se levanta para a compreensão da circunstância histórica atual, na relação público-arte, é o problema da mediação. Hoje, com o avanço tecnológico e com a liberalização da máquina, a experiência doméstica - privada - de acontecimentos artísticos que até há bem pouco tempo só era possíveis no plano social – e público -, tornou-se algo que nos é comum. Mas será que esta facilidade em aceder a todo o património artístico significa que os dispositivos tecnológicos, que nos servem hoje como mediação, facilitam a relação público-arte? A verdade é que a experiência performativa e social da obra de arte em nada pode ser comparável à experiência doméstica. A experiência performativa é pensada, no seu campo técnico³, para ser uma mistura de sensações de todos os tipos criando uma experiência única que só ali, naquela hora é possível. Com a mediação dos dispositivos tecnológicos, parte dessa experiência perde-se. O tempo e a geografia não estão mortos. Eles sobrevivem. Embora se valorize cada vez mais a experiência em segunda mão - e se provas quisermos disso, basta irmos até qualquer concerto e fazer uma contagem do número de telemóveis que há pelos ares a gravar aquela performance –, uma franja de público mais exigente e mais desperto para as sensações, que só aquele momento será capaz de lhe despertar, continua ainda a valorizar a experiência performativa. Assistir à *La Bohème* gravada em DVD sentado no sofá da sala e a assistir à ópera no Teatro Nacional de S. Carlos (o que nem sempre é fácil...) não é a mesma coisa. Ver uma fotografia do *Guernica* não é sequer comparável a ir ao Museu Rainha Sofia contemplar aqueles (quase) 8 metros de tela. Ver a gravação de um concerto no meu computador não é nada que se pareça com ir assistir ao concerto ao vivo, naquele dia, àquela hora, com aquelas pessoas. Bom exemplo disso é, para continuarmos graciosamente dentro do nosso quintal, a experiência de assistir a um concerto da dupla Tó Trips e João Doce (ou dos Dead Combo – banda onde um gangster e um cangalheiro se juntam num palco). Aquela experiência de som, aquela experiência de ouvir a bota do Tó Trips bater no palco ao ritmo a que vai dançando com a sua guitarra, fazendo despertar em nós a sensação tátil de sentir todo o chão tremer, aquela experiência social (que o Salão Brazil tão bem nos proporciona) de ouvir as mais variadas opiniões do público, entre as quais as genialidades, as banalidades e as barbaridades se confundem, são experiências que desaparecem no sofá da nossa sala a ver a tão bela e gloriosa gravação. Com

³ Não há na arte nenhuma questão técnica que não seja simultaneamente uma questão estética, uma questão que leva em conta os sentidos.

a mediação da experiência artística desaparece a tão importante componente de materialidade da obra de arte; da componente performativa.

Ora, como não podia deixar de ser, aqui fica uma imagem da famosa bota e o convite a presenciar, quanto mais de perto melhor, a performance do guitarrista para poder perceber o quão insignificante se torna a imagem (ou o vídeo, que se poderia ter numa mediação ligeiramente diferente) quando compara à experiência visível, auditiva, olfativa, tátil, que só é possível na interação entre o sujeito e o meio e não entre o sujeito e a máquina de mediação, que é assistir àquela performance ao vivo, em 1ª mão.



Figura 1 - Fonte: Imagem retirada de um vídeo produzido no âmbito do programa 50mm da Antena 3. O concerto de Tó Trips e João Doce, captado numa atuação no Musicbox (Lisboa), decorreu a 4 de Março de 2016. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=87DFNVIrUNA>.

“A vida faz-se depressa, as horas de ócio são poucas, a distração é uma primeira necessidade. Há a praia no verão, o cinema, os parques de cavalinhos, as revistas condensadas, o futebol, novamente o cinema, novamente o futebol.

Nesta corrida de prazeres mais ou menos simulados e, sobretudo, rápidos e excitantes – de que alguns indivíduos conseguem orgulhar-se uma vez por dia, enquanto fazem a barba com a sua máquina comprada (evidentemente) a prestações-, a arte, fora das aplicações utilitárias, é qualquer coisa de insólito. É incómodo. Não se vê para que serve, que lucro dá, que lugar ocuparia no labirinto de sucedâneos da felicidade, que o homem acabou por confundir com a própria vida e que incessantemente se movimenta. É um estranho que vem bater à porta de uma casa de fachada tranquila e se põe a falar de horizontes diferentes, de possibilidades imprevistas, de desejos adormecidos, de insatisfações, de devaneios, de risos, no ambiente de morno ramerrão a que toda a família, de pais para filhos, se amoldou.” (Mário Dionísio, 1973: 29)

Gilles Lipovetsky, descreve-nos a sociedade do século XXI como uma sociedade onde se faz “primeiro o que é urgente e só depois o que é importante, a ação imediata e só depois a reflexão, o acessório e só mais tarde o essencial” (Lipovetsky, 2011: 81-82). É assim que um crescente número de pessoas, envolvidas pela lógica de mercado, onde “é preciso produzir mais no mínimo de tempo possível” (Lipovetsky, 2011: 81), “se queixa de estar sobrecarregada, de «correr contra o tempo», de ficar extenuada” (Lipovetsky, 2011: 82). Esta sociedade rápida e implacável, criou solteiros da arte - pessoas que nunca com ela se casaram, tornando “divórcio” uma palavra inadequada à caracterização da sua circunstância; pessoas que “não sabem da existência de artistas nem dão pela sua falta”; pessoas para quem a arte “é qualquer coisa de insólito”, de “incómodo”, que de nada serve no seu tão grandioso sistema de vida, “a que toda a família, de pais para filhos, se amoldou”.

Há, contudo, os outros: desempregados, pensionistas e meninos de rua, “que o têm de sobra” (ao tempo, é claro). Mas será que estes, por terem tempo de sobra, se dedicam a este jogo da arte? A resposta é negativa. Num mundo de prazeres dissimulados, as horas vagas vão-se preenchendo com entretenimento. Entretenimento esse onde, por devaneio de fracos aspirantes a intelectuais paridos por uma sociedade “rápida e implacável”, onde o mercado impera e “vais sempre longe de mais” (como canta o Reininho), se pensa erradamente que as artes se incluem. A indústria cultural apodera-se do pouco tempo que sobra após atualizar a página do Instagram e ouvir o comentário da grandiosa Clara Ferreira Alves, que nos presenteia sempre com uma mão cheia de interessantes banalidades. Parece que, o já grisalho texto de Mário Dionísio mantém ainda a sua atualidade, com a ressalva de ter de se acentuar os fenómenos que ele, em 1956, já denunciava. Chamemos-lhe de hiperdivórcio. Ou melhor chamemos-lhes de solteiros...

Mas afinal não se pode viver sem entrar no jogo infinito que a arte exige? Não se pode viver solteiro da arte? Claro que pode! O que é que se fica quando não se entra neste jogo? Fica-se mais pobre. Mais pobre nas experiências sensíveis. Mais pobre de espírito. Mas afinal nós não podemos viver mais pobres? A julgar pela quantidade de pessoas que vive na “corrida de prazeres mais ou menos simulados e, sobretudo, rápidos e excitantes” e que “não sabem da existência de artistas nem dão pela sua falta”, pode-se...

Bibliografia

Adorno, Theodor W. (2001) - “Minima Moralia”. Edições 70. Lisboa, Portugal. (1ª edição – 1951)

Adorno, Theodor W. (2002) – “Indústria Cultural e Sociedade”. Editora Paz e Terra. São Paulo, Brasil.

Dias, Sousa (2004) – “Questão de estilo: arte e filosofia”. Pé de Página Editores. Coimbra, Portugal.

Dionísio, Mário (1973) – “A Paleta e o Mundo” Vol. 1. 2ª Edição. Publicações Europa-América. Lisboa. (1ª edição – 1956)

Dionísio, Mário (2015) – “Conflito e Unidade da Arte Contemporânea”. Edições Casa da Achada. Lisboa. (1ª edição – 1958)

Eco, Umberto (2011) – “Arte e Beleza na Estética Medieval”. Editorial Presença. Lisboa. (1ª edição – 1987)

Lipovetsky, Gilles (2011) – “Os tempos hipermodernos”. Edições 70. Lisboa. (1ª edição – 2004)

Pacheco, Luiz (1974) – “Pacheco versus Cesariny”. Editorial Estampa. Lisboa, Portugal.