

*Auto e heterorrepresentações sobre o setor artístico:
conclusões e reflexões sobre o percurso de pesquisa*

Silvéria Miranda



IS Working Papers

2.ª Série, N.º 7

Porto, setembro de 2013

IS Working Papers

2.ª Série

Editora: Cristina Parente

Uma publicação seriada online do

Instituto de Sociologia

Faculdade de Letras da Universidade do Porto

Unidade de I&D da Fundação para a Ciência e a Tecnologia

Disponível em: http://isociologia.pt/publicacoes_workingpapers.aspx

ISSN: 1647-9424

IS Working Paper N.º 7

Título/Title

“Auto e heterorrepresentações sobre o setor artístico: conclusões e reflexões sobre o percurso de pesquisa”

Autora/Author

Silvéria Miranda



A autora, titular dos direitos desta obra, publica-a nos termos da licença *Creative Commons* “Atribuição – Uso Não Comercial – Partilha” nos Mesmos Termos 2.5 Portugal (cf. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pt/>).

Auto e heterorrepresentações sobre o setor artístico: conclusões e reflexões sobre o percurso de pesquisa

Silvéria Miranda

Licenciada em Ciências da Comunicação (variante Informação e Jornalismo)

Universidade do Minho

Mestre em Sociologia

Faculdade de Letras da Universidade do Porto

E-mail: silveriarm@hotmail.com

Resumo

O presente artigo pretende mostrar o percurso seguido no âmbito de uma dissertação de Mestrado em Sociologia que incidu sobre as representações sociais sobre e no campo artístico.

Num momento em que assistimos a uma maior aproximação do cidadão comum às artes e à diversificação dos seus gostos culturais e artísticos, e numa altura em que se assume a importância dos média na construção do imaginário coletivo, surge a necessidade de analisar a relação entre o campo das artes e o campo dos média segundo a perspectiva de ambos os intervenientes.

Assim, e através de um estudo de caso, procurámos analisar as autorrepresentações dos finalistas da FBAUP (Faculdade de Belas-Artes da Universidade do Porto) em complementaridade com as representações mediáticas do *Ípsilon* – suplemento do jornal *Público* – sobre as artes.

Palavras-chave: Artes, artista, autorrepresentações, comunicação social, heterorrepresentações.

Introdução

O presente artigo visa apresentar o processo de pesquisa que foi desenvolvido no âmbito de uma dissertação de mestrado intitulada «O “mundo de aventura” do artista: entre as autorrepresentações artísticas e as heterorepresentações mediáticas», defendida em dezembro de 2012. Esta dissertação, desenvolvida no âmbito do Mestrado em Sociologia da Faculdade de Letras da Universidade do Porto, e orientada pela Professora Doutora Natália Azevedo, centrou-se no estudo das representações sobre o campo artístico.

Neste artigo, começaremos por fazer uma breve abordagem dos autores que nos guiaram nesta investigação no que diz respeito às artes e aos artistas, ao conceito de representações sociais e ao papel da comunicação social enquanto (re)produtora de significados. Principalmente no que diz respeito às artes, deparámo-nos com uma abundância de material teórico sobre o tema, embora com pouca incidência sobre ramos artísticos específicos, pelo que procurámos centrar a nossa abordagem sobretudo na perspetiva da sociologia da arte. Faremos, ainda, uma pequena abordagem a dados concretos relativos ao caso português.

Seguidamente, explicaremos os procedimentos metodológicos seguidos. Para além da análise de fontes documentais, recorreremos à análise de conteúdo do suplemento *Ípsilon* do jornal *Público* e à realização de entrevistas semidiretivas a estudantes finalistas da Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto (licenciaturas em Artes Plásticas e em Design de Comunicação), técnicas que nos permitiram alcançar os objetivos pretendidos e que serão também aqui evidenciados.

Por fim, passaremos à apresentação dos resultados obtidos no âmbito deste projeto e à apresentação das considerações que estes suscitam.

Abordagem teórica das representações sociais sobre as artes e a importância dos média como difusores de significados

Acompanhando o Homem desde a sua evolução, a arte pode ser estudada por vários ramos do saber, como a estética, a filosofia da arte ou a sociologia da arte. Do ponto de vista da estética, ela é vista como o resultado de habilidades manuais (pintura), da manipulação intelectual (retórica) ou da expressão em público (teatro) e tem como funções adornar, embelezar, ilustrar, registar e provocar êxtase e alegria (Huisman, 1997). A obra de arte é fruto da imaginação, dos sentimentos e sensações do seu criador e ainda da sua inspiração (Venturi, 1998).

Do ponto de vista do filósofo Graham, a obra de arte causa prazer e deleite, ela espelha a emoção sentida pelo artista e cria emoção nos seus recetores, sendo também produtora de conhecimento e compreensão (2001). A arte complementa as ciências exatas (Hauser, 1973; Durkheim, cit. por Heinich, 2004).

Já quanto à sociologia da arte, na sua base estão contributos como os de Max Weber, Panofsky e Kris e Kurz. Para o primeiro, as diferenças entre os vários estilos musicais advêm da racionalização e dos recursos técnicos disponíveis (cit. por Heinich, 2004). Para Panofsky, a obra de arte depende da

cultura em que surge e, para Kris e Kurz, um artista é alguém detentor de um dom inato, de uma vocação precoce, é um herói capaz de produzir uma obra sobrenatural (Idem). Esta disciplina, para além de privilegiar a causalidade externa da própria obra, estuda as etapas de produção, divulgação, distribuição, legitimação, mediação e receção das obras de arte (Heinich, 2004). Becker (1984) complementa esta ideia pois, para ele, a vida de uma obra de arte é um longo processo que envolve vários fatores, como a compra de materiais.

Para Nathalie Heinich, três critérios extraestéticos permitem identificar uma obra de arte: predominância da função estética, originalidade e o reconhecimento do artista pelas instâncias de legitimação (Heinich, 1998). Já Walter Benjamin defende que a obra de arte é única e detentora de uma aura própria (1992). Porém, as recentes inovações tecnológicas e a possibilidade de criação de infinitas cópias vêm dificultar essa unicidade, embora possibilitem um acesso mais democrático às obras na medida em que estas chegam a mais pessoas. Esta é, segundo o autor, a “era da reprodutibilidade técnica” (Idem).

Quanto ao público, Abraham defende que este é moldado pelo artista, mas que também o molda (cit. por Bastide, 2006). O público é mutável e polissêmico e, dada a sua heterogeneidade, faz sentido a designação “públicos” (Santos, 2007). Cada membro destes públicos receciona a obra de arte de maneira diferente consoante as circunstâncias da vida de cada um (Hauser, 1973). Eles exercem “comportamentos de avaliação, censura e legitimação do que lhes é proposto como obras de arte” (Conde, 1984, p. 63). Essa polissemia da obra de arte é tida em conta pela sociologia da arte, que defende que há gostos que se mantêm e gostos que mudam consoante a pluralidade de receções possíveis (Heinich, 2004).

Relativamente à mediação, esta diz respeito à intermediação que existe entre a criação e a receção. Os mediadores são importantes veículos de divulgação, promoção e/ou legitimação da obra de arte e podem ser jornalistas, críticos de arte, investigadores e escolas, editores, catálogos e as próprias academias ao atribuírem prémios (Melo, 1994, p. 55). A própria natureza artística de uma obra não é intrínseca, segundo Becker (1984), mas sim colocada pelas partes interessadas.

Sociologicamente, a arte é vista como uma forma de expressão, mediação e persuasão (Huisman, 1994). Ela pode promover a subversão ou o conformismo social (Idem) e não se limita a emitir juízos estéticos sobre a beleza ou falta dela num objeto (Heinich, 2004). Contudo, graças aos trabalhos empíricos por ela levados a cabo, acaba por emitir um juízo estético normativo (Idem).

Bourdieu e Darbel (1991) defendem que o “amor pela arte” resulta de dois processos: aprendizagem e socialização. Para os autores, os indivíduos com menor capital social rececionam a arte com base na sua materialidade, ou seja, acabam por preferir obras que retratam a realidade. Nesse sentido, Bourdieu (1987) assume a importância do papel da escola na construção do juízo estético dos indivíduos. Se alguns alunos, aquando da entrada na escola, já possuem algum contacto com as artes, outros só aí têm possibilidade de fazer essa aproximação. Todavia, a escola, de acordo com o autor, legitima privilégios sociais uma vez que atribui a alguns alunos a questão do dom e da inteligência, criando hierarquias escolares que se reproduzem em hierarquias sociais e criando estereótipos em relação ao sucesso escolar dos alunos. Assim, o autor defende que a escola, sob uma aparente neutralidade, é geradora de diferenças e do reforço da ideia que o dom é um dos fatores de criação de uma obra de arte (Idem).

O mesmo estudo da responsabilidade de Bourdieu e Darbel (1991) mostra que os museus possuem obras que, embora expostas aos olhos de todos, só estão acessíveis a um conjunto de pessoas que conseguem delas fruir. Estes autores verificam que a frequência dos museus aumenta à medida que aumenta o nível de instrução dos indivíduos e que a idade média dos visitantes sobe à medida que as habilitações literárias aumentam. Existem também diferenças entre aqueles que pertencem ou pretendem vir a pertencer ao mundo da arte e aqueles que não têm essa ligação (Idem).

Neste sentido, a arte é um “poder simbólico”, pois é uma forma de distinção (Bourdieu, 1989). A obra de arte, tal como qualquer mercadoria, possui valor de mercado, sendo uma forma de os seus donos mostrarem o seu poder (Idem). No entanto, Melo (1994) defende que o lucro não é o único motivo que leva à aquisição destas obras, pois alguns compradores admitem sentir prazer emocional e intelectual na sua atividade. Não basta ter dinheiro para investir, também são necessários gosto pessoal e formação cultural que fomentem essas aquisições (Idem).

A par destas dimensões simbólica e económica da obra de arte, Melo refere ainda a dimensão política. O autor critica a falta de especialização de alguns decisores políticos no que diz respeito às artes, decisores esses que muitas vezes se baseiam apenas no seu gosto pessoal (em relação às obras ou aos próprios artistas) para tomarem determinadas decisões, como a atribuição de financiamento a certos projetos (Idem).

Quanto ao artista, este foi visto de diferentes maneiras ao longo dos tempos. Segundo Horn (2006), o artista já foi visto como alguém detentor de um estatuto social privilegiado (alguns séculos antes de Cristo), como alguém que desenvolvia uma atividade puramente manual (Antiguidade) ou como algum que estava ligado à atividade dos monges (Idade Média). No Renascimento, o artista queria estar ao lado dos intelectuais e criar, não imitar (Kris & Kurz, 1988). Dando-se um equilíbrio “entre o sensível, o talento e a ciência” (Arberti cit. por Horn, 2006, p. 55), o artista foi associado à figura divina por continuar a tarefa de Deus e recriar a partir da natureza. Visto como detentor de um dom especial, o artista era associado aos heróis (Idem).

No século XVI, surgem as primeiras Academias italianas, que vieram reconhecer o estatuto profissional do artista, ofício que até então era visto como algo mecânico (Simões, 2006). Nesta altura, o artista não só se vestia como era tratado de maneira diferente dos demais, tendo uma boa relação com os soberanos (Warnke cit. por Simões, 2006, p. 34). Porém, o termo “artista” propriamente dito só passou a ser usado no século XVIII (Adorno, 1993).

Em pleno século XIX, e de acordo com Heinich, surge o artista como o vemos hoje: “inovador, original, inspirado, com um dom e uma vocação invulgares, individualista” (cit. por Miranda, 2012, p.19). De facto, desde o seu aparecimento que o artista tem sido associado a um conjunto de representações do senso comum, como o facto de ser original, inconformado, diferente e de viver em conflito com o mundo (Horn, 2006). As próprias biografias sobre os criadores de obras de arte descrevem-nos frequentemente como autodidatas, como jovens fora do comum, sem grande ligação ao dinheiro e que gostam de aproveitar a vida sem terem de seguir as regras de um trabalho regulamentado (Kris & Kurz, 1988).

A questão do dom é frequentemente associada ao artista, pois é como se este possuísse um talento desde que nasce, talento esse que lhe foi dado de presente, uma vez que os seus familiares não estão ligados às artes (Horn, 2006). O artista é como um génio criativo e a arte não se ensina (Idem).

Em Portugal, dois estudos debruçaram-se sobre estes significados comumente partilhados sobre o setor artístico. Num estudo de Machado Pais (1995), aplicado a jovens artistas portugueses, é dito que os artistas consideram viver de maneira diferente da restante sociedade, dando muita importância à liberdade, às emoções, aos tempos livres, ao contrário do dinheiro, que é uma preocupação menor. Para os artistas considerados neste estudo, a criação artística depende da vocação, da inspiração e das vivências do artista, artista esse que é original e que tem várias ideias. A sua independência criativa só é conseguida se alcançarem apoios do Estado ou dos mecenas, se forem consagrados pelas instâncias de legitimação e se atingirem os públicos pretendidos. Para eles, são várias as áreas consideradas artísticas: música, pintura, teatro, literatura, grafite, alta-costura, culinária, design, rendas e bordados, olaria, joalheria, fotografia, cinema, *cartoons*, arranjos de calçado, decoração de interiores, artesanato, artes circenses e publicidade. Estas áreas estimulam sensações, revelam novos modos de pensar, comunicam ideias e despertam a consciência de quem as receciona (Idem).

Já no estudo de Teresa Duarte Marinho (2003), também aplicado a jovens artistas nacionais, foi realçado pelos seus entrevistados que o gosto pelas artes os acompanha desde a infância. Consideram-se originais, sensíveis, como alguém que pretende mudar o mundo, embora tenham dificuldade em definir o que é um artista. Dizem serem vistos, por vezes, como pretensiosos, mas, para eles, o essencial é possuírem qualidades como a determinação, a capacidade de entrega ao trabalho, a criatividade ou o domínio das técnicas. As suas obras podem ser vistas como intemporais, inovadoras, raras ou como espelho da realidade, dependendo do que os públicos considerarem (Idem).

Estes significados comumente partilhados ao longo dos tempos sobre as artes e os artistas são designados por “representações sociais”. As representações sociais são os significados que foram coletivamente produzidos e que são partilhados por um conjunto de indivíduos (Ordaz & Vala, 1997, p. 848). Eles organizam as relações dentro do grupo onde foram criados (Idem), influenciam-nos e dependem do contexto histórico, social e cultural onde foram produzidos (Moscovici, 2003). Presentes nas nossas conversas, nos filmes a que assistimos, nos livros que lemos e em vários outros momentos da nossa vida, é através delas que desde a infância tornamos o não-familiar em algo familiar (Idem).

Também designadas como “saber do senso comum” ou “saber ingénuo” (Jodelet, 1985, p. 473), elas guiam-nos no nosso dia a dia, ajudam a interpretar os acontecimentos com que nos deparamos e a tomar uma posição a respeito deles (Jodelet, 1989, p. 1). Elas impõem-se sobre nós, penetram na nossa mente e influenciam-nos, sendo pensadas e repensadas ao longo dos tempos e transmitidas de geração em geração (Moscovici, 2003). Como produto e processo social que são, elas permanecem na nossa memória e a sua influência é maior quanto menos consciência temos da sua existência (Idem).

Os meios de comunicação social são um importante veículo de divulgação dessas representações. De acordo com McQuail (2003), eles são um importante meio de propaganda, formando opiniões e influenciando o comportamento dos indivíduos. Eles podem ligar indivíduos separados entre si através de uma experiência comum, mas também podem contribuir para o aumento do crime ou criando o pânico, por exemplo. Além disso, são potenciais educadores, divertem e denunciam ilegalidades e irregularidades (Idem).

De acordo com alguns investigadores, os média oferecem-nos interpretações dos acontecimentos e levam a sociedade a ter uma visão consensual sobre estes (Stuart Hall et al., 1978). Contudo, os média assumem, muitas vezes, que os indivíduos de uma mesma sociedade têm todos o mesmo *background* cultural, o que nem sempre é verdade (Idem). Segundo vários estudos, as pessoas não mudam necessariamente de ideias quando um conteúdo é exposto nos média de determinada forma (Curran & Seaton, 1997). O que acontece é que o conhecimento dos indivíduos sobre esse tema, bem como o seu interesse pelo mesmo, vai aumentar. A influência que os média exercem sobre os cidadãos é maior em assuntos que estes não dominam e também quando se tratam de meios de comunicação que os cidadãos consideram de confiança. A resposta dos públicos mediáticos é, portanto, heterogénea (Idem) e, de acordo com McQuail, os públicos usam os média e as suas mensagens consoante as suas variadas necessidades (cit. por Curran & Seaton, 1997).

Para a Escola de Frankfurt, os média fortalecem os hábitos e as atitudes, o que torna as pessoas mais sensíveis a certos argumentos (cit. por Curran & Seaton, 1997). A cultura americana, segundo eles, estava, nas primeiras décadas do século XX, a destruir as tradições europeias e era essa mesma sociedade americana, a dita sociedade de massas, a responsável pelos efeitos de personalidade que tornavam os indivíduos vulneráveis a certas influências (Idem).

Mais concretamente no que diz respeito às artes, Melo (1994) reconhece a importância dos média enquanto instância de legitimação e de mediação. Os jornalistas dão voz a vários agentes, escolhem o que vai ser falado e de que forma e traduzem o campo artístico numa linguagem acessível, com cujos conteúdos os indivíduos nem sempre estão familiarizados (Idem). Por estes motivos, os média são muito desejados pelos atores do meio artístico, uma vez que dão visibilidade ao setor e são responsáveis por “produzir a sedução, criar necessidades desses objetos e sustentar a palavra dos críticos” (Golin & Cardoso, 2009, p. 7). Convém, no entanto, não esquecer que a cobertura mediática “incentiva mas não garante a frequência do público a instituições culturais como museus” (Idem).

A agenda de um periódico chama a atenção dos leitores para determinados eventos culturais, embora exista uma maior tendência para divulgar artistas e obras notórios e para realçar mais aspetos polémicos da vida do autor do que propriamente fazer referência às suas obras (Idem). O jornalismo cultural tem, de facto, vindo a ser fundamental para que as artes se tornem públicas, mas apresenta a obra de arte como algo já pronto, não refletindo o longo processo de criação que esteve na sua origem (Ribeiro, 2008).

Neste ramo do jornalismo, os géneros jornalísticos tendem a misturar-se, as fontes a que os jornalistas recorrem são em número reduzido e estão, na maioria dos casos, ligadas ao acontecimento noticiado (Golin et al., 2008). Estas opções tomadas no jornalismo cultural são, muitas vezes, condicionadas pelos limites de espaço e de tempo, pela pressão das assessorias e pela falta de jornalistas especializados (Ribeiro, 2008). Existe, também, a tendência para o noticiar de eventos que envolvem muitos espetadores e para o noticiar dos lançamentos das obras (Idem).

Não é à toa que o jornalista é conhecido como *gatekeeper*. O *gatekeeping* (ou “controlo de entradas”, em português) é o processo pelo qual os jornalistas admitem ou não que uma determinada notícia passe através das “portas” de um meio noticioso e entre no circuito das notícias (McQuail, 2003, p. 280). O que define o que será ou não noticiado são os valores-notícia, ou seja, são os critérios noticiosos seguidos pelo órgão de comunicação em questão. Se para uns esses valores-

notícia dotam a atividade jornalística de uma certa artificialidade, para outros são esses critérios que tornam o jornalismo imparcial e mais produtivo (Golin & Cardoso, 2009). Os valores-notícia mais comuns no jornalismo cultural são “temporalidade, amplitude, clareza, significância, consonância, imprevisibilidade, notoriedade dos sujeitos, conflitos e controvérsias, morte, entre outros” (Berger cit. por Golin & Cardoso, 2009, p. 7). Mário Wolf fala ainda de importância, interesse nacional, proximidade geográfica e psicológica, grande número de indivíduos envolvidos, atualidade e novidade (cit. por Correia, 2000).

Os profissionais dos média são também responsáveis pela visibilidade dos acontecimentos noticiados, pois são eles que decidem em que páginas determinados artigos devem figurar, mesmo sabendo que determinadas páginas têm maior visibilidade que outras (Curran & Seaton, 1997, p. 333). Desta forma, e segundo a teoria do *agenda-setting*, “os média nem sempre têm sucesso ao dizer às pessoas o que devem pensar, mas têm sempre êxito ao dizer-lhes em que assunto devem pensar” (McCombs cit. por Mesquita, 2003, p. 80). Ou seja, existe uma relação direta entre os assuntos noticiados pelos média e os temas do dia percebidos pela opinião pública.

Uma outra teoria – *espiral do silêncio* – sugere que o medo de ficarem isolados após manifestarem uma opinião contrária à da maioria leva os indivíduos a não se exteriorizarem as suas opiniões. Os média, ao procurarem ir ao encontro da opinião maioritária, acabam por silenciar as minorias e por fornecerem expressões que permitem aos indivíduos falarem sobre determinado tema com confiança (McQuail, 2003). Esta teoria, a par de outras já mencionadas, vem corroborar a hipótese de que os média influenciam o imaginário coletivo dos indivíduos sobre determinado assunto (neste caso sobre as artes) e, assim, procuramos analisar os significados que os média partilham sobre o campo artístico.

O caso das artes em Portugal – alguns dados

Atentando no caso português, verificam-se três tendências no que diz respeito ao setor cultural e artístico: por um lado, surgiram novos públicos, com melhores rendimentos e níveis de instrução, graças ao crescimento das classes médias urbanas, à terciarização e à urbanização; por outro lado, o apoio público tem privilegiado a cultura cultivada e os governos têm-se preocupado mais com a oferta que com a procura e, por fim, tem-se assistido à profissionalização do setor e ao aumento das empresas ligadas ao espetáculo (Santos, 1998).

De facto, o número de sessões de cinema, música, dança e variedade, ópera e teatro aumentou entre 2000 e 2010, segundo o Instituto Nacional de Estatística (INE), mas o número de espetadores tem vindo a diminuir no cinema e na ópera. Verifica-se, assim, o aumento da oferta, mas a diminuição da procura em alguns ramos artísticos. No que diz respeito às galerias de arte, e segundo a mesma fonte, estas têm visto os seus equipamentos, exposições realizadas, obras expostas e número de visitantes aumentarem. Porém, o lazer e a cultura têm vindo a ocupar um lugar cada vez menor nos orçamentos das famílias portuguesas entre 2000 e 2009 (Idem).

O ensino artístico também tem vindo a generalizar-se, embora esse ensino não tenha em conta a educação para os média, nem o incentivo da capacidade crítica dos recetores de arte (Santos, 1998).

Segundo o INE, existiam, em 2010, cerca de 44 mil inscritos em áreas culturais e artísticas ao nível do Ensino Superior. Contudo, em Portugal, os dados sobre este setor encontram-se desagregados, o que, por vezes, leva a algumas leituras erradas. Neste caso, por exemplo, foram incluídos os estudantes de informação e jornalismo, o que nos faz perguntar até onde pode ir a definição de “artista”.

Não obstante o facto de o número de estudantes no ensino superior artístico em Portugal ter vindo a aumentar nos últimos anos, esse interesse académico não se repercute posteriormente na taxa de empregabilidade, uma vez que os indivíduos que possuem até ao terceiro ciclo do ensino básico tinham, em 2010, uma maior taxa de empregabilidade no setor artístico (cerca de 32,4 milhares) do que os indivíduos que possuíam o ensino secundário completo (22,3 milhares) ou o ensino superior completo (26,4 milhares).

A nível europeu, e de acordo com o Eurostat, estimava-se, em 2009, que os escritores e os artistas criativos ocupavam 0,7% do total de emprego na União Europeia constituída por 27 estados membros (UE-27). Em Portugal, esse valor rondava, na mesma altura, os 0,4%. Se Portugal está abaixo da média europeia no que diz respeito ao emprego, o mesmo não se pode dizer do ensino superior artístico. No ano letivo de 2007/2008, os estudantes portugueses no ensino superior artístico correspondiam a 5,2% do total de estudantes, ao passo que na UE-27 esse valor ficava nos 3,8%.

Apesar de ainda ser baixa, a taxa de empregabilidade no setor artístico português tem vindo a aumentar. Entre 2004 e 2009, segundo o Eurostat, essa taxa aumentou mais de 50%, embora continue a ser uma profissão incerta, sem horário de trabalho fixo, sem uma remuneração estável, sem garantias de que a obra criada vai ser vendida, sem proteção social (Gomes & Marinho, 2009). Essa instabilidade leva a que muitos artistas tenham uma segunda ocupação, de onde podem retirar um salário, como o ensino (Freidson cit. por Cabral & Borges, 2010, p. 150).

Apesar da entrada da mulher no mercado de trabalho generalizado nas décadas de 1970/80, o setor artístico ainda continua a empregar sobretudo homens, embora a área da dança seja esmagadoramente feminina. Contudo, entre 1970 e 2000, a taxa de feminização das artes passou de 16% para 39% (Nico et al, 2007).

Por último, salientamos que os dados sobre as artes em Portugal ainda levantam algumas incertezas. A própria Classificação Portuguesa das Profissões de 2010 veio no sentido de colmatar falhas na classificação anterior, que incluía no mesmo grupo os artistas, os jornalistas e os desportistas. Nesta nova Classificação das Profissões, o artista é descrito como alguém que exerce uma atividade mental (“analisar”, “estudar”, “interpretar”, “planear”), como alguém que tem de pensar na dimensão económica do seu trabalho (“orçamentar”) e como alguém que, mediante a profissão específica que exerce, “compõe”, “concebe”, “projeta”, “realiza”, “representa”, “restaura”, entre outros. O artista é, nesta classificação, diferente do artesão, que é descrito como alguém mais ligado a atividades manuais, como “bordar”, “coser”, “esculpir” ou “rematar”.

Em suma, e segundo Cabral e Borges (2010), este setor continua a atrair mais vocações do que o mercado pode suportar, obrigando a uma feroz competição entre os vários atores no mercado da arte, embora os dados mostrem algumas melhorias neste sentido.

Opções metodológicas no estudo das representações sobre o setor artístico

Tendo em conta os principais pressupostos teóricos que nos guiaram, desde logo se entende que o nosso objeto de estudo é a arte. Assim, e considerando a visão da sociologia da arte, procuramos analisar o setor segundo duas perspetivas: a da obra de arte e a do artista. A obra de arte passa pelas etapas da criação – da responsabilidade do artista –, divulgação – da responsabilidade de vários intervenientes, como é o caso dos média –, circulação, mediação, legitimação e receção. Os meios de comunicação social medeiam a relação entre a obra e os seus públicos, interferindo na receção dessas mesmas obras, e são uma das instâncias de legitimação a par de outras já referidas como os curadores ou os investigadores. Por parte do artista, estudamos o seu contexto social e/ou profissional, nomeadamente através do estudo das auto e heterorrepresentações.

A partir destas dimensões, traçamos um conjunto de objetivos que delinearão a nossa pesquisa. Em primeiro lugar, procuramos perceber que obras e eventos artísticos figuram nas páginas dos média em análise, bem como procuramos perceber que factos assumem, para os média em análise, a importância necessária para constarem da primeira página. Outras das nossas preocupações passaram por identificar os tipos de discursos presentes nos artigos sobre artes, os valores-notícia que regem a atividade jornalística sobre o setor, a dimensão que as artes ocupam nos espaços noticiosos e quais as fontes legitimadas pelos jornalistas para falarem sobre o campo artístico. Procuramos, ainda, perceber se existe um perfil-tipo de artista e as características a ele associadas.

Na prossecução dos nossos objetivos, tornou-se necessário traçar um conjunto de procedimentos metodológicos a adotar. Sendo nosso macro-objetivo analisar as representações das artes nos meios de comunicação social portugueses, o método de estudo de casos configurou-se como o método mais adequado. Este método permite, através da seleção de uma amostra de acordo com determinado objetivo, obter a compreensão de um fenómeno na sua totalidade (Greenwood, 1963, p. 331).

A investigação aqui apresentada teve como base um outro estudo preliminar sobre as representações das artes na imprensa portuguesa (Miranda, 2011). Nesse estudo, a imprensa configurou-se como o melhor meio de comunicação social a analisar, uma vez que é aquele meio que acompanha a sociedade há mais tempo e também é o meio de mais fácil acesso. Assim, foram analisados os cinco jornais diários portugueses (*Correio da Manhã*, *Diário de Notícias*, *Jornal de Notícias*, *i* e *Público*) através da técnica de análise de conteúdo. Esse mesmo estudo permitiu-nos não só confirmar que a análise de conteúdo se adequava aos nossos objetivos, como nos fez perceber a necessidade de ouvir outros interlocutores para além dos discursos jornalísticos. Assim, nesta investigação, procuramos selecionar um jornal ou revista que, ao contrário das revistas especializadas em artes, tivesse uma audiência mais diversificada e contribuísse para a construção do imaginário coletivo sobre as artes. Por estes motivos, o suplemento *Ípsilon*, que acompanha o jornal *Público* às sextas-feiras, apresentou-se como a melhor opção.

Primeiramente, selecionámos o ano de 2011 como ano de análise, uma vez que foi o ano imediatamente anterior à realização desta investigação. Devido ao facto de o *Ípsilon* apresentar sempre a mesma estrutura, e na impossibilidade de analisar os mais de mil artigos publicados no suplemento durante o ano de 2011, não nos foi possível encontrar um critério que nos permitisse

selecionar uma amostra. Assim, selecionamos uma edição por mês (a primeira sexta-feira de janeiro, a segunda de fevereiro, a terceira de março, a quarta de abril, a primeira de maio, e assim por diante), sendo o *corpus* de análise constituído por 259 artigos.

A grelha de análise de conteúdo utilizada (anexo 1) mostra-nos a forma como esta técnica foi aplicada. Todos os artigos das edições em estudo foram analisados (exceto a secção intitulada “a semana”, por ser uma espécie de agenda sem qualquer teor jornalístico), independentemente da sua dimensão, da área artística abordada ou das fontes utilizadas, entre outros aspetos. Estes itens, aliás, foram alvo de análise de forma a atingirmos os nossos objetivos. Quanto às representações das artes e dos artistas veiculadas no *Ípsilon*, estas foram sendo recolhidas e posteriormente categorizadas, como se pode verificar nos anexos 2 e 3, respetivamente.

Para além do recurso à análise de conteúdo, onde contactámos com representações sociais sobre vários ramos artísticos, optámos pela aplicação de entrevistas semidiretivas. Estudos que se debruçaram sobre as representações mediáticas de objetos mais sensíveis (como a infância ou a doença) optaram pela realização de entrevistas aos jornalistas, aqueles que difundem essas mesmas representações. No nosso caso, não sendo a arte um tema suscetível de ferir sensibilidades, optamos pela realização de entrevistas aos próprios objetos de representações, os artistas.

Na impossibilidade de entrevistar artistas de todos os ramos (por condicionantes geográficas, temporais e económicas), optámos por delimitar o nosso leque de entrevistados apenas aos finalistas da Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto (FBAUP) em 2011/2012 (licenciaturas em Artes Plásticas e Design de Comunicação). O critério de escolha baseou-se, sobretudo, no facto de estes estudantes contactarem com as artes há pelo menos quatro anos, numa instituição de ensino superior (uma das instâncias de legitimação faladas anteriormente). Além disso, a bibliografia consultada, nomeadamente do ponto de vista histórico, incide sobretudo sobre a pintura e a escultura, pelo que aplicar esta técnica a estudantes de Belas Artes se configurou como uma opção adequada.

As questões colocadas (anexo 4) debruçaram-se, em alguns casos, sobre as artes em geral e, noutros, debruçaram-se sobre o lado mais pessoal de cada um dos entrevistados. Com elas, procuramos estudar dimensões como a entrada dos entrevistados no mundo artístico, o percurso seguido em termos de educação e formação e as suas opiniões sobre a educação para as artes, as suas noções sobre o setor e as suas opiniões sobre as representações de que se sentem alvo, e ainda averiguar a relação destes entrevistados com a comunicação social e o que pensam sobre a ligação artes-media. A análise destas entrevistas obedeceu, também ela, a uma categorização (anexo 5).

Quanto aos dez estudantes entrevistados, cinco são do sexo masculino e cinco do sexo feminino, tendo idades compreendidas entre os 21 e os 56 anos e sendo todos portugueses, maioritariamente naturais e residentes no distrito do Porto. Oito dos entrevistados frequentavam a licenciatura em Artes Plásticas (cinco da variante Pintura, dois da variante Escultura e um da variante Multimédia) e dois frequentavam Design de Comunicação. Dada a impossibilidade de alguns entrevistados se encontrarem pessoalmente com a investigadora e a preferência de outros pelas respostas escritas, sete das dez entrevistas foram realizadas por *e-mail*. Se este método de entrevista podia ter sido um obstáculo com outros entrevistados, com os finalistas da FBAUP acabou por se tornar uma mais-

valia, uma vez que por escrito os entrevistados responderam mais diretamente ao que era pretendido e dentro dos *timings* de cada um.

O cruzamento destas duas técnicas e da análise de fontes documentais mostrou-se vantajosa, uma vez que se adaptou à complexidade do objeto de estudo e permitiu responder às questões colocadas.

Relações e tensões entre as artes e os media: alguns resultados

Para o *Ípsilon*, são considerados arte os ramos da arquitetura, artes circenses, artes plásticas, artes visuais, cinema, dança, *design*, fotografia, literatura, música e teatro. Contudo, as áreas de maior expressividade são a música (31,66%), o cinema (19,69%) e a literatura (15,06%), não sendo dada grande relevância às restantes.

As artes são notícia neste suplemento quando o acontecimento em causa é atual (o que, aliás, se verificou em todos os artigos analisados) e/ou novidade, sendo também de ressaltar a proximidade geográfica como aspeto que foi tido em conta na seleção das notícias. De facto, nos casos em que foi possível situar o acontecimento noticiado (53% dos casos), verificamos que estes ocorrem, na sua grande maioria, em território europeu e particularmente em Portugal. Estes dados não vão de encontro ao que foi defendido pelos artistas por nós entrevistados, que argumentam que os artistas portugueses só são notícia nos meios de comunicação nacionais quando recebem prémios e/ou quando “dão que falar” a nível internacional. Além disso, para os entrevistados, o fator “polémica” é aquele que mais torna o artista e o seu trabalho noticiáveis, o que não se verifica no *Ípsilon*. Contudo, estes entrevistados apontam para a prevalência de notícias sobre acontecimentos artísticos ocorridos em Lisboa e, efetivamente, constatamos a prevalência de acontecimentos ocorridos na capital portuguesa nas páginas deste suplemento.

Relativamente ao discurso mediático sobre as artes, e no caso do *Ípsilon*, sobressaem os discursos do tipo explicativo (43,70%) e/ou opinativo (34,19%). É frequente misturarem-se vários tipos de discurso no mesmo artigo, mesmo naqueles de pequena dimensão. A dimensão dos artigos, aliás, foi outro dos itens por nós analisado. Em mais de 70% dos casos, os artigos do *Ípsilon* são de dimensão inferior a uma página.

Relativamente às capas do suplemento, as páginas com maior visibilidade, constatamos que os artistas nelas representados são sobretudo portugueses do sexo masculino e de diferentes idades. Em termos de imagem, o artista prevalece face à obra, o que acontece, também, no interior do suplemento. Praticamente todos os artigos do *Ípsilon* são ilustrados com pelo menos uma imagem, sendo os atores mais representados o próprio artista (55,35%) e a obra (37,53%), seguindo-se, com menor expressividade, os públicos (3,35%). A opinião dos artistas por nós entrevistados vai de encontro a estes dados, uma vez que consideram que, sendo o artista célebre, o valor comercial passa a residir no artista, no seu nome (que se torna uma marca), e não na obra.

Como já referimos, vários agentes medeiam a relação entre os criadores das obras de arte e os seus públicos. São eles curadores, investigadores, comunicação social, historiadores da arte, entre outros. O *Ípsilon* recorre a essas fontes legitimadas em 70% dos artigos que analisamos. A fonte a que os

jornalistas mais recorreram para falar sobre artes, foram os próprios artistas criadores da(s) obra(s) em notícia (mais de metade dos casos), seguindo-se outros artistas do ramo em 8% dos casos e a comunicação social (5,37%). Os nossos entrevistados corroboram com as opções do *Ípsilon* no que diz respeito aos próprios criadores e aos seus pares uma vez que, para eles, só um artista, que domina teoria e técnica, pode considerar algo como obra de arte ou alguém como artista, e não apenas os detentores de conhecimentos teóricos. Contudo, apontam a necessidade que alguns criadores mostram de quererem “agradar” ao mercado da arte para se afirmarem enquanto artistas. Quanto ao papel da comunicação social na legitimação do trabalho artístico, os entrevistados reforçam a importância de um discurso imparcial e especializado por parte dos jornalistas. De facto, no caso do *Ípsilon*, e embora não dispuséssemos de dados que nos permitissem aprofundar essa questão, verificamos que os mesmos jornalistas tendem a escrever sobre o mesmo ramo artístico, o que pode indicar alguma especialização nesse mesmo ramo.

Mais concretamente no que diz respeito às representações sobre a obra de arte no *Ípsilon*, constatamos que, além das características inerentes à própria obra (como os anos de iniciação/conclusão ou os locais de lançamento), a arte é sobretudo referida sobre duas perspetivas: a da criação e a da receção da obra de arte. No caso da criação, a obra é descrita principalmente como algo que surge da inspiração do artista e das suas referências, como um reflexo do criador, como o retrato da realidade, como fruto da experimentação e do formalismo. Para os entrevistados, a obra é, de facto, um reflexo do criador, uma vez que o processo de criação é diferente de artista para artista, uma vez que estes são influenciados pelas suas vivências. Para eles, a obra parte de um desejo do seu criador de dizer algo, sendo necessário não só experimentar, como ponderar as várias condições técnicas e económicas na altura da criação da obra. A inspiração é precisa, mas não é o único fator necessário.

Além da já referida etapa da criação, o *Ípsilon* foca também toda a etapa da receção da obra. Neste suplemento, a obra tende a ser notícia quando é bem recebida pelos seus diferentes públicos e pelos críticos e é descrita, nos casos em que foi possível verificá-lo, como “complexa” e de difícil apreensão. Ela é notícia quando é reconhecida, e/ou famosa, e/ou considerada importante. Esta questão da receção preocupa os entrevistados, já que estes consideram que uma obra só o é efetivamente quando exposta ao público e ao seu escrutínio. De facto, para o suplemento em estudo, as obras só são noticiadas quando consideradas de qualidade (sendo adjetivadas como “magnífica” ou “perfeita”), mas é reconhecida a influência que estas exercem junto de quem as receciona e as consequências que tal provoca. Ainda para o *Ípsilon*, a obra é considerada contemporânea, triste, criativa/original, rara/singular, delicada, atrativa, autónoma, irónica/sarcástica, simples, intencional e arriscada. Ela é uma forma de expressão e um instrumento poderoso na divulgação das críticas e denúncias por parte do artista. As suas características técnicas também vão sendo referidas, bem como os aspetos económicos a ela ligados (custo de produção, número de vendas, preço final da obra), embora em menor grau que as etapas da criação e da receção. Contudo, a dimensão económica da obra preocupa os artistas entrevistados. Estes reconhecem que o mais importante é expor os seus trabalhos e que um maior número de visitantes nas suas exposições pode vir a aumentar o número de vendas, o que se traduz em mais recursos para produzir novas obras.

Posto isto, o que é, então, a arte? Para os entrevistados, “nem os artistas o sabem bem”. Ela é a alma do artista, o sua visão pessoal, aquilo que ele quer transmitir, causando, assim, emoções e sensações no seu recetor. Ela deve levantar questões, embora deva respeitar os limites morais e éticos. Mas se esta é a definição avançada pelos próprios artistas, por outro lado não é a mesma visão da sociedade em geral. Segundo os entrevistados, o cidadão comum prefere objetos belos, que combinam com a decoração das suas casas e considera arte aquilo que ele não se sente capaz de criar e/ou as obras que foram vendidas por um preço elevado e/ou as obras criadas por artistas mediáticos. Para os entrevistados, a formação de cada um influencia a sua relação com as artes, a sua “cultura visual” e o procurar perceber o processo de criação do objeto com que nos deparamos.

Quanto ao artista, constatámos que são referidos, principalmente, os seus dados biográficos. Nos casos em que foi possível analisá-lo, verificamos que, no *Ípsilon*, são representados indivíduos sobretudo do sexo masculino (62,55%) e jovens (50% dos representados têm entre 20 e 40 anos). De facto, para os entrevistados, a idade é um fator importante, uma vez que a idade, à partida, traz mais experiência e mais vivências que o artista pode transmitir na sua obra, mas um artista jovem não tem menos valor que um artista mais velho, facto que, aliás, foi salientado pelos entrevistados mais velhos. O artista mais jovem possuiu, à partida, um “olhar mais fresco”, e “é tipo ações”, em quem se deve investir. Relativamente à nacionalidade do artista, e à semelhança do que acontecia com a obra, é dado maior destaque a artistas europeus, sobretudo a artistas portugueses. No entanto, e embora Portugal seja a nacionalidade que mais se destaca, representa apenas cerca de 14% do total de nacionalidades mencionadas. Os entrevistados apresentam uma visão crítica em relação a este aspeto, uma vez que consideram que os média transmitem a ideia que “o melhor está sempre lá fora”.

Para além das características biográficas, o artista é mencionado quando é reconhecido e/ou famoso, quando recebeu um prémio (ou foi nomeado para) e quando é descrito positivamente através de expressões como “estrela”, “sucesso”, “génio”, “herói”. Em terceiro lugar, surge o processo de criação. Também aqui o artista é descrito como um “inspirado”, um “experimentalista”. Posteriormente, o artista é descrito através do seu aspeto físico e da sua indumentária quando estes são tidos como invulgares. No caso dos artistas por nós entrevistados, estes afirmam que não se vestem de maneira diferente da restante sociedade, mas sim que gostam de se expressar através da roupa e o próprio contacto com diferentes materiais que usam na criação das suas obras os obriga a usar roupas que podem sujar. Além disso, dizem não se importar com as tendências da moda, nem com o que os outros indivíduos possam pensar.

Outro aspeto focado pelo *Ípsilon* é a educação e a formação do artista. Os autores por nós consultados referem, efetivamente, que se tem dado a profissionalização da atividade artística e que a infância do artista, a relação da sua família com as artes e os hábitos culturais adquiridos por este desde a infância potenciam o interesse pelo setor. Embora no suplemento por nós consultado tal não seja muito evidente, os entrevistados afirmam que desde muito novos ouviam comentários como “desenhas tão bem!” e que desde essa altura demonstravam interesse por atividades manuais, como se este fosse um dom inato. Alguns entrevistados referem a importância da escola como meio de contacto com locais e eventos artísticos com os quais não podiam contactar apenas no seio da família. Contudo, defendem que todas as etapas da sua vida são importantes, e não apenas a infância, porque, como já referimos anteriormente, acreditam que as vivências do artista são

transmitidas através da sua arte e tal engloba todos os momentos das suas vidas. Alguns membros das suas famílias cultivaram o seu gosto pelas artes, mas outras vezes foram os professores, tal como os professores de Educação Visual. No entanto, os poucos familiares destes artistas que tiveram alguma ligação às artes, acabaram por pôr esta atividade de parte ou deixá-la para segundo plano, uma vez que procuravam uma estabilidade financeira que o setor artístico não lhes pode dar. Ainda assim, os familiares destes estudantes não se opuseram aquando da entrada destes num curso superior artístico, mesmo receando o futuro incerto que as profissões ligadas às artes trazem.

O fraco contacto com as artes dentro do seio familiar foi o principal motivo que levou estes estudantes a enveredarem por este ramo de ensino, já que consideram que os conhecimentos teóricos e técnicos são fundamentais para exercerem a profissão que pretendem. Todavia, admitem conhecer casos de autodidatas de sucesso. Para eles, o ensino artístico em Portugal devia começar desde cedo, à semelhança do que acontece em países como Espanha, pois a arte é uma disciplina tão importante quanto a matemática ou a língua portuguesa. Resta apenas saber qual o “momento certo” para esse contacto com as artes.

À semelhança do que acontece com a obra de arte, o artista é notícia quando é mediático. Ele atrai as atenções dos média quando “dá que falar” ou é “polémico”. A questão da receção por parte dos públicos também é abordada, pois o artista aparece nas páginas do *Ípsilon* quando é considerado de qualidade através de expressões como “elogiado”, “celebrado” ou “ídolo”. Depois da questão da receção, são mencionados os aspetos profissionais do artista. Este é visto como alguém que encara a profissão com coragem e determinação, é um “autocrítico” e está em “permanente evolução”. Quanto às suas tendências, ele não é “*mainstream*”. A sua carreira chega a ser descrita como “breve” ou “rápida”, mas o artista é visto como uma pessoa de ideias firmes, um interventivo. É um criativo, irónico, bem-humorado e uma “espécie rara”. A sua espiritualidade, ou falta dela, também é referida pelo *Ípsilon* e pelos próprios entrevistados, que admitem que esta pode interferir na criação do objeto artístico. Não sendo muito explorada a sua relação com o dinheiro, quando esse aspeto é mencionado pelo suplemento é porque o artista é descrito como rico. Para os entrevistados, o dinheiro é importante apenas na medida em que permite comprar os materiais de que necessitam.

A questão do dom/talento inato também é mencionada pelo *Ípsilon*, embora os entrevistados considerem que o dom, por si só, não cria uma obra de arte. Outros fatores são importantes, como a aprendizagem e o treino. Estes consideram que estudar numa faculdade de Belas Artes não os torna imediatamente artistas, mas é uma etapa que consideram necessária. Também por isso admitem ter algum receio face ao futuro, pois este é um “mundo de aventura” onde terão que correr muitos riscos se quiserem afirmar-se.

Assim sendo, um artista tem “sensibilidade estética” e distingue-se do artesão que se preocupa com o fazer técnico de algo bonito. Enquanto o artista profissional já se estabeleceu no mercado, o artista amador tem de se ir adaptando para continuar a criar e mesmo assim sustentar-se, tendo a vantagem de não ter que responder a expectativas. Mas se esta é a opinião dos artistas sobre si próprios, não é, no entender dos mesmos, a opinião que a sociedade tem deles. Para o cidadão comum, o artista é alguém que cria peças belas espontaneamente, é um romântico, mas só é um artista quando é reconhecido e promovido pelos média. O artista é “bêbado”, “drogado”, “arrogante”, “mente mais aberta”, “*gay*”, “maluco que passa fome”, entre outros.

Por fim, salientamos que os entrevistados se definiram como “naturalmente diferentes” e “mais recetivos às diferenças”, uma vez que possuem “uma visão mais ampla do mundo”.

Considerações finais

Perante o que foi exposto, desde logo salientamos que, para o *Ípsilon*, suplemento em análise, as áreas da música, do cinema e da literatura são as mais noticiadas. Tal facto vem ao encontro do defendido por Ribeiro (2008), que afirma que estas são as áreas mais fáceis de divulgar e de mais fácil acesso às massas e, por isso, mais noticiadas. Ao contrário do estudo de Machado Pais (1995), áreas como a alta-costura, a olaria, a joalheria ou o artesanato não foram consideradas artísticas pela imprensa em estudo.

Os eventos noticiados ocorreram sobretudo no litoral de Portugal, embora os artistas destacados sejam sobretudo internacionais. Os próprios artistas entrevistados criticam a falta de visibilidade das artes nacionais nos média portugueses, referindo que as artes só são notícia quando causam polémica. Ainda assim, os entrevistados reconhecem a importância dos média enquanto instâncias de divulgação do seu trabalho.

No suplemento analisado, o artista tem maior visibilidade que a obra. Os próprios artistas são a fonte a que os jornalistas mais recorrem nos seus artigos sobre artes, artigos esses que são, na maioria dos casos, de pequena dimensão e escritos num discurso do tipo explicativo e/ou opinativo. Constatamos também que os mesmos jornalistas do *Ípsilon* tendem a escrever sobre o mesmo ramo artístico, embora não saibamos dizer se tal significa que têm formação nessas áreas.

No *Ípsilon*, a obra de arte é notícia sobretudo através dos processos que levaram à sua criação e receção. No primeiro caso, a obra é descrita como sendo fruto da inspiração e das vivências do artista, tendo um carácter formal e experimental, algo com que os estudantes da FBAUP entrevistados concordam.

Os entrevistados referem que, de facto, o seu gosto pelo desenho e/ou por outras atividades manuais foi evidente desde a infância e que algumas figuras próximas, como familiares e amigos, cultivaram esse gosto. Ainda assim, a falta de contacto com as artes no seio familiar, levou a que estes estudantes enveredassem pelo ensino superior artístico, que consideram que era a única forma de contactarem com este meio e de adquirirem os saberes teóricos e técnicos de que tanto precisam para exercer a profissão. A nível profissional, aliás, tanto estes estudantes como as suas famílias têm algum receio, uma vez que este é um setor instável, com baixa empregabilidade. Apesar de se confessarem pouco ligados ao dinheiro, estes estudantes dizem ter contas a pagar, como qualquer pessoa, e, além disso, sem dinheiro não conseguem adquirir os materiais de que necessitam para continuarem a criar as suas obras.

A nível das escolas, os entrevistados criticam a falta de condições das mesmas e o contacto tardio dos estudantes portugueses com as artes, artes essas que deviam ser uma disciplina tão importante quanto a matemática ou a língua portuguesa, embora defendam que esse contacto deva ser feito no momento certo.

Quanto à receção da obra, verificamos que a obra tende a ser notícia no *Ípsilon* quando é bem recebida pelos públicos e pelos críticos e também quando é mediática e/ou recebeu prémios. A sua relação com o público pressupõe interatividade e os próprios entrevistados admitem pensar nos seus públicos aquando da criação de uma obra, uma vez que a obra só o é efetivamente quando exposta e sujeita ao julgamento público.

O artista exposto no *Ípsilon* é geralmente homem, jovem e não é português. Esta aposta nos artistas jovens não é evidente apenas neste suplemento pois, para os entrevistados, investir nos jovens é “tipo ações”. Contudo, para eles, um artista jovem não tem menos valor que um artista mais velho.

À semelhança do que acontece com a obra, o artista é notícia sobretudo quando é reconhecido e/ou famoso e quando recebe algum prémio. O seu aspeto físico e indumentária são referidos, por vezes, por serem tidos como irreverentes. Porém, os artistas entrevistados dizem não se importar com as tendências da moda nem com o que os outros possam pensar sobre eles. Aqui e noutros aspetos, o artista é “naturalmente diferente”.

Para os entrevistados, não existe uma definição clara do que é a arte, embora para o cidadão comum ela seja algo belo, que “combina com os sofás”, que é vendido por um preço elevado e que é notícia nos media. Além disso, o cidadão comum considera arte um objeto que ele não se sente capaz de criar. Porém, para os entrevistados, as peças por eles criadas têm uma mensagem a transmitir e não são necessariamente belas.

Embora não tenhamos direcionado a nossa investigação nesse sentido, constatamos que os nossos entrevistados recorreram muitas vezes ao caso da artista plástica portuguesa Joana Vasconcelos para justificarem os seus pontos de vista. Para eles, esta artista encontra-se, de certa forma, em vantagem por ter contactado com as artes desde cedo e por saber tirar proveito da relação que tem com os média. Esta personificação das artes plásticas – área de atividade da maioria dos entrevistados – foi feita no sentido negativo, uma vez que estes estudantes consideram que o trabalho desta artista cativa diferentes públicos por envolver objetos do quotidiano, e não propriamente por ter uma mensagem a transmitir.

Salientamos, ainda, que dado que a maioria dos entrevistados são artistas plásticos, e mesmo tendo sido as nossas questões direcionadas para as artes em geral, a área artística em que estes exercem pode ter influenciado as suas respostas em determinado sentido, sendo o caso da artista plástica Joana Vasconcelos, frequentemente referida, um bom exemplo dessa influência. Constatamos, ainda, que os estudantes de Design de Comunicação não se consideram artistas (o que acabou por ser uma conclusão a que chegamos sem que fosse esse um dos nossos objetivos), o que fez com que evidenciassem uma opinião “intermédia”, pois não se sentem tão envolvidos como os estudantes de Artes Plásticas (embora cheguem a dar respostas muito semelhantes em algumas das questões colocadas), mas também não se encontram tão afastados do setor artístico como o cidadão comum.

Em suma, verificamos que o *Ípsilon* não tem uma visão tão negativa do campo artístico quanto os artistas entrevistados julgam que os meios de comunicação social portugueses têm. Este aspeto pode, em nosso entender, estar relacionado com o facto de este ser um suplemento dedicado às artes, e não uma publicação generalista. Ainda assim, é dado maior enfoque a artistas internacionais do que a nacionais, o que era uma das maiores críticas apontadas pelos entrevistados.

Referências bibliográficas

ADORNO, Theodor (1993). *Teoria estética*. Lisboa: Edições 70. ISBN 972-44-0671-7.

BASTIDE, Roger (2006). Problemas da sociologia da arte. In *Tempo Social – Revista de Sociologia da USP*, vol. 18, n.º 2 (nov. 2006). (pp. 295-305). [Consult. 1 out. 2011]. Disponível em <http://www.fflch.usp.br/sociologia/temposocial/pdf/vol18n2/v18n2a15.pdf>. ISSN 01032070.

BECKER, Howard (1984). *Art worlds*. Berkeley: University of California Press. ISBN 0-520-05218-8.

BENJAMIN, Walter (1992). *Sobre arte, técnica, linguagem e política*. Lisboa: Relógio d'Água Editores. ISBN 972-708-177-0.

BOURDIEU, Pierre (1989). *O poder simbólico*. 2.ª ed. Lisboa: Difel. ISBN 972-29-0014-5.

BOURDIEU, Pierre (1987). *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva. ISBN 978-85-273-0140-4.

BOURDIEU, Pierre & DARBEL, Alain (1991). *The love of art: european art museums and their public*. Cambridge: Polity Press. ISBN 0-7456-0598-2.

CABRAL, Manuel Villaverde & BORGES, Vera (2010). “Muitos são os chamados, poucos os escolhidos”: entre a vocação e a profissão de arquitecto. In DELICADO, Ana; BORGES, Vera, DIX, Steffen (Orgs.), *Profissão e vocação. Ensaios sobre grupos profissionais*. Lisboa: Instituto de Ciências Sociais, 147-177. ISBN 978-972-671-261-9.

CONDE, Idalina (1984). *O sentido do desentendimento – nas bienais de Cerveira: arte, artistas e público*. Lisboa: Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa. [Consult. 21 de set. 2011]. Disponível em <http://repositorio.iscte.pt/bitstream/10071/960/1/2.pdf>.

CORREIA, Fernando (2000). *Os jornalistas e as notícias*. 3.ª ed. Lisboa: Editorial Caminho. ISBN 972-21-1165-5.

CURRAN, James & SEATON, Jean (1997). *Imprensa, rádio e televisão. Poder sem responsabilidade*. Lisboa: Instituto Piaget. ISBN 978-972-771-396-7.

GOLIN, Cida; GRUSZYNSKI, Ana; CARDOSO, Everton; KELLER, Sara & VAZ, Tales Gubes (2008). *Cultura na primeira página: o jornal Diário do Sul e a representação do sistema artístico-cultural*. São Paulo: Universidade Metodista de São Paulo. [Consult. 25 mar. 2011]. Disponível em http://www6.ufrgs.br/lead/producao_pesquisa/3.cultura_primeira_pagina_DS.pdf.

GOLIN, Cida & CARDOSO, Everton (2009). Jornalismo e representação do sistema de produção cultural: mediação e visibilidade. In BOLAÑO, César; GOLIN, Cida & BRITOS, Valério (2009). *Economia da arte e da cultura*. São Paulo: Itaú Cultural. [Consult. 25 mar. 2011]. Disponível em http://www.ufrgs.br/lead/producao_pesquisa/4.Jornalismoerepresentacaoitaucultural.pdf.

- GOMES, Rui Telmo & MARINHO, Teresa Duarte (2009). *Trabalho e qualificação nas actividades culturais. Um panorama em vários domínios*. Lisboa: Observatório das Actividades Culturais. [Consult. 2 fev. 2012]. Disponível em http://www.oac.pt/pdfs/OBS_Pesquisas14_ecran.pdf.
- GRAHAM, Gordon (2001). *Filosofia das artes: introdução à estética*. Lisboa: Edições 70. ISBN 972-44-1080-3.
- GREENWOOD, Ernest (1965). Métodos de investigação empírica em Sociologia. In *Análise Social*, vol. III, nº11, 313-345. [Consult. 15 agosto 2012]. Disponível em <http://analisesocial.ics.ul.pt/documentos/1224164262K2IAE9wd1Ui39AM8.pdf>.
- HALL, Stuart [et al.] (1978). *The social production of news*. (pp. 53-70). London: MacMillan. ISBN 033-322-061-7.
- HAUSER, Arnold (1973). *A arte e a sociedade*. Lisboa: Editorial Presença.
- HEINICH, Nathalie (2004). *Sociologie de l'art*, 2.^a ed. Paris: La Découverte. ISBN 978-2-7071-4331-0.
- HEINICH, Nathalie (1998). *Le triple jeu de l'art contemporain*. Paris: Les Éditions de Minuit. ISBN 2-7073-16-23.7.
- HORN, Maria Lucila (2006). *O mito de artista: o discurso da cultura*. Florianópolis. Dissertação de mestrado em Educação e Cultura. [Consult. 23 nov., 2011]. Disponível em http://www.tede.udesc.br/tde_arquivos/10/TDE-2007-09-10T100900Z-396/Publico/MriaLucila.pdf.
- HUISMAN, Denis (1997). *A estética*. Lisboa: Edições 70. ISBN 972-44-0946-5.
- JODELET, Denise (1989). Representações sociais: um domínio em expansão. In JODELET, Denise, *Les représentations sociales*. Paris: Presses Universitaires de France, 31-61. [Consult. 15 agosto 2012]. Disponível em <http://portaladm.estacio.br/media/3432753/jodelet-drs-um-dominio-em-expansao.pdf>.
- JODELET, Denise (1985). La representación social: fenómenos, concepto y teoría. In MOSCOVICI, Serge. *Psicología Social*. Barcelona: Paídos, 469-494. [Consult.15 agosto 2012]. Disponível em <http://sociopsicologia.files.wordpress.com/2010/05/rsociales-djodelet.pdf>.
- KRIS, Ernst & OTTO, Kurz (1988). *Lenda, mito e magia na imagem do artista*. Lisboa: Editorial Presença.
- MARINHO, Teresa Duarte (2003). Em torno da construção do sujeito artístico. In SANTOS, Maria de Lourdes Lima dos (coord.). *O mundo da arte jovem: protagonistas, lugares e lógicas de acção*. Oeiras: Celta Editora, 9-65. ISBN 972-774-167-3.
- McQUAIL, Denis (2003). *Teoria da comunicação de massas*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian. ISBN 972-31-1021-0.
- MELO, Alexandre (1994). *Arte*. Lisboa: Difusão Cultural. ISBN 972-709-183-0.
- MESQUITA, Mário (2003). *Percepções contemporâneas do poder dos media*. Coimbra: Edições Minerva. ISBN 972-798-083-X.
- MIRANDA, Silvéria (2012). *O "mundo de aventura" do artista: entre as autorepresentações artísticas e as heterorepresentações mediáticas*. Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

Dissertação de mestrado em Sociologia. [Consult. 11 maio 2013]. Disponível em http://sigarra.up.pt/flup/pt/teses.tese?P_ALUNO_ID=105319&p_processo=17704.

MIRANDA, Silvéria (2011). *O quarto poder e o campo artístico: relações e tensões na actualidade*. Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto. Relatório temático de Sociologia da Arte, mestrado em Sociologia. [Consult. 21 jun. 2013]. Disponível em http://www.mediafire.com/view/gj6j7guavjk7fzf/relatorio_tematico_SA.pdf.

MOSCOVICI, Serge (2003). *Representações sociais. Investigações em psicologia social*. 3.ª ed. Petrópolis: Editora Vozes. ISBN 85-326-2896-6.

NICO, Magda; GOMES, Natália; ROSADO, Rita & DUARTE, Sara. (2007). *Licença para criar. Imigrantes nas artes em Portugal*. Lisboa: Alto-Comissariado para a imigração e minorias étnicas. ISBN 978-989-8000-38-5. [Consult. 5 fev. 2012]. Disponível em http://www.oi.acidi.gov.pt/docs/Estudos%20OI/Estudo_OI_23.pdf.

ORDAZ, Olga & VALA, Jorge (1997). Objectivação e ancoragem das representações sociais do suicídio na imprensa escrita. In *Análise Social*, vol. XXXII (143-144), (4.ª.-5.ª.), 847-874. [Consult. 1 out. 2011]. Disponível em <http://analisesocial.ics.ul.pt/documentos/1218793753B7iWA0wj8PI84HM9.pdf>.

PAIS, José Machado (1995). Representações da actividade artística. In PAIS, José Machado (Coord.). *Inquérito aos artistas jovens portugueses*, 53-101. Lisboa: Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa.

RIBEIRO, Maria de Fátima (2008). *Reflexões sobre o jornalismo cultural: mudanças no modo de informar*. Braga: Universidade do Minho. [Consult. 13 abril 2011]. Disponível em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/9497>.

SANTOS, Maria de Lourdes Lima dos (Coord.) (1998). *As políticas culturais em Portugal*. Lisboa: Observatório das Actividades Culturais. ISBN 972-8488-02-5.

SANTOS, Rogério (2007). *Indústrias Culturais: imagens, valores e consumos*. Lisboa: Edições 70. ISBN 978-972-44-1369-3.

SIMÕES, Guilherme (2006). Vidas de artistas: Portugal e Brasil. In *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, vol.22, nº.64, jun. 2007, 33-47. [Consult. 31 jan. 2012]. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v22n64/a03v2264.pdf>.

VENTURI, Lionello (1998). *História da Crítica da Arte*. Lisboa: Edições 70. ISBN 972-44-0345-9.

Referências infográficas

<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/>.

<http://www.ine.pt/>.

ANEXO 1

Grelha de análise de conteúdo aplicada ao suplemento *Ípsilon*

	N.º do artigo	Data da publicação	Página	Título do artigo	Capa (Sim/Não)	Ramo artística representado	Autoria do artigo	Dimensão do artigo	Caraterística do discurso	N.º de ilustrações	Atores nas ilustrações	N.º de fontes utilizadas	Fontes utilizadas	Geografia (do evento)	Valores.-notícia utilizados	Representações da obra	Representações do artista
1																	
2																	
3																	
:																	

ANEXO 2

As representações da obra de arte no <i>Ípsilon</i>	Total	
	Fi	%
Dimensão sociográfica da obra	75	8,61
Ano de iniciação, criação, conclusão e/ou acesso ao público	62	7,12
Locais de acesso ao público e/ou lançamento	2	0,23
Nacionalidade da obra	11	1,26
Processo e condições de criação da obra de arte	119	13,66
Inspiração e referências	26	2,99
Obra como espelho do autor	15	1,72
Obra retrata a realidade	13	1,49
Outros	65	7,46
Dimensão estética da obra	13	1,49
Dimensão temporal da obra	22	2,53
Dimensão espiritual da obra	8	0,92
Dimensão económica da obra	18	2,07
Preço/valor	13	1,49
Vendas	5	0,57
Processo e condições de distribuição e divulgação da obra	5	0,57
Distribuição	3	0,34
Divulgação	2	0,23
Processo e condições de receção da obra (críticos e públicos)	24	2,76
Bem recebida	16	1,84
Mal recebida	8	0,92
Relação da obra com os públicos	18	2,07
Apreensão da obra	12	1,38
Reconhecimento e fama da obra	81	9,30
Relação obra-qualidade	84	9,64
Obra com qualidade	74	8,50
Obra sem qualidade	10	1,15
Consequências da obra	25	2,87
Raridade e singularidade da obra	17	1,95
Poder/influência da obra junto da sociedade	39	4,48
Necessidade de criação da obra	9	1,03
Obra e riscos	9	1,03
Intencionalidade da obra	8	0,92
Ironia na obra	9	1,03
Atratividade da obra	12	1,38
Delicadeza da obra	13	1,49
Independência da obra	9	1,03
Simplicidade da obra	7	0,80
Obra associada à criatividade	25	2,87
Obra associada ao sentimento	14	1,61
Obra associada à tristeza	33	3,79
Características da obra (de tempo, de espaço e técnicas)	21	2,41
Tempo	7	0,80
Espaço	7	0,80
Técnicas	7	0,80
Outras caraterísticas da obra	142	16,30
Total	871	100

ANEXO 3

As representações do artista no <i>Ípsilon</i>	Total	
	<i>fi</i>	%
Dados biográficos	359	25,35
Nome	11	0,78
Nascimento	91	6,43
Morte	41	2,90
Idade	30	2,12
Morada	32	2,26
Nacionalidade:	153	10,81
Etnia	1	0,07
Infância	5	0,35
Relação da família com as artes	9	0,64
Entrada no mundo das artes	11	0,78
Educação, formação e profissão	55	3,88
Formação na área em que trabalha	14	0,99
Formação noutra área	9	0,64
Outras profissões que já teve/tem	32	2,26
Hobbies	19	1,34
Artísticos, mas noutro ramo	10	0,71
Não artísticos	9	0,64
Caraterísticas físicas e indumentária	73	5,16
Relação com o álcool e com as drogas	3	0,21
Sexualidade	4	0,28
Processo de criação	110	7,77
Aprendizagem e influências	20	1,41
Dom e talento	14	0,99
Relação com a crítica e com os públicos	36	2,54
Reconhecimento e fama	179	12,64
Mediatismo	34	2,40
Qualidade do artista	26	1,84
Artista de qualidade	24	1,69
Artista sem qualidade	2	0,14
Orientações e tendências artísticas	16	1,13
Forma de encarar a profissão	19	1,34
Carreira	11	0,78
Objetivos e ambições	12	0,85
Relação com a política	4	0,28
Papel interventivo do artista	33	2,33
Relacionamento com os outros	4	0,28
Relação com o dinheiro	6	0,42
Relação com a obra	6	0,42
Raridade e singularidade do artista	7	0,49
Artista e sentimento	10	0,71
Artista e ironia	16	1,13
Artista e criatividade	23	1,62
Artista e espiritualidade	11	0,78
Artista e conhecimento	7	0,49
Artista e timidez	14	0,99
Artista e fragilidade emocional	20	1,41
Artista e alegria	20	1,41
Artista e afetuosidade	9	0,64
Relação do artista com o tempo	13	0,92
Outras caraterísticas do artista	197	13,91
Total	1416	100

ANEXO 4

Guião de entrevista aplicado aos estudantes finalistas da FBAUP em 2011/2012

I. Caracterização sociográfica do estudante entrevistado

1. Sexo
2. Idade
3. Nacionalidade
4. Naturalidade (concelho)
5. Área de residência (concelho)
6. Formação artística anterior
7. Condição perante o trabalho

II. Entrada no mundo das artes *

1. Descreva-me o momento em que o seu interesse pelas artes despertou.
2. Existiu alguma figura na sua vida que tenha sido importante na sua ligação às artes? Quem? Porquê?
3. Tem artistas na família? Que influência teve a sua (in)existência nas suas escolhas académicas e/ou profissionais?
4. Em família, costumavam frequentar concertos, museus, exposições?
5. Foi uma decisão pacífica para os seus familiares e amigos? Qual a opinião destes?
6. Considera-se artista? A partir de que momento passou a reconhecer-se como tal?

III. Escolaridade e formação *

1. Como vê a oferta formativa em Portugal a nível das artes?
2. O que o levou a investir numa formação artística especializada? Qual a importância da sua formação artística na sua área de atividade? Criou-lhe oportunidades ou, pelo contrário, não teve qualquer importância no acesso à vida profissional?
3. Consegue viver exclusivamente da arte? Se não, considera que algum dia conseguirá?

IV. Auto e heterodefinição de arte e de artista

1. O que é, para si, arte? Qual a fronteira entre o que pode ser considerado arte ou não?
2. Na sua opinião, o que a generalidade da sociedade considera ou não arte? Com base em que critérios?
3. O que é, para si, um artista? Qual a fronteira entre o artista e o artesão?
4. Na sua opinião, quando é que a generalidade da sociedade considera que alguém é um artista? Com base em que critérios?
5. Na sua opinião, o que faz de um artista um artista profissional?
6. Quem pode dizer o que é arte e o que é um artista?

7. Relativamente ao artista, gostaria de saber a sua opinião e a opinião que julga que a sociedade tem sobre:
- infância do artista
 - aspeto físico do artista e indumentária
 - relação do artista com a sociedade em geral e com as regras estabelecidas
 - relação do artista com o dinheiro
 - artista e espiritualidade
 - importância da idade do artista (arte jovem diferente da arte dos artistas mais velhos?)
 - importância do reconhecimento e da fama para a obra e para o artista
 - artista: diferente ou igual à restante sociedade?
 - outras características associadas
8. Relativamente à (obra de) arte, gostaria de saber a sua opinião e a opinião que julga que a sociedade tem sobre:
- processo de criação da obra de arte (fatores envolvidos)
 - funções da arte
 - obra de arte resulta do talento e/ou da aprendizagem?
 - obra de arte como liberdade de expressão?
 - obra de arte como instrumento político?
 - importância dos números (de vendas, de visitantes, entre outros) no mundo das artes
 - importância do público na realização da obra

V. Arte, artistas e média

1. No seu entender, como é a relação dos artistas com os meios de comunicação social? (vantagens e desvantagens, se as houver)
2. Considera que a visão dos média sobre a arte e os seus criadores vai de encontro à realidade do setor?
3. Considera que os média portugueses privilegiam mais o artista ou a obra? Porquê?
4. Relativamente à arte portuguesa, considera que esta tem o destaque suficiente nos média nacionais?
5. Já alguma vez foi notícia nos média? Se sim, fale-nos dessa experiência.

* Tópicos elaborados com base na investigação apresentada em SANTOS, Maria de Lourdes Lima dos (Coord.) (2003). Anexo 1 - Guião de entrevista a jovens criadores. In SANTOS, Maria de Lourdes Lima dos (Coord.) *O mundo da arte jovem: protagonistas, lugares e lógicas de acção*. Oeiras: Celta Editora, 257-263. ISBN 972-774-167-3.

ANEXO 5

Categorias de análise temática das entrevistas aplicadas aos estudantes finalistas da FBAUP em 2011/2012

CATEGORIAS	SUB-CATEGORIAS	CÓDIGO
Entrada no mundo das artes	Despertar do interesse pelas artes	A1
	Influências	A2
	Relação da família com as artes	A3
	Hábitos culturais e artísticos na infância/juventude	A4
	Reação de familiares e amigos	A5
	Autolegitimação enquanto artista	A6
Escolaridade, formação e profissão	Avaliação do ensino artístico em Portugal	B1
	Avaliação da importância de uma formação artística especializada	B2
	Expectativas profissionais	B3
Auto e heterodefinição de arte e de artista	Auto definição de arte	C1
	Heterodefinição de arte	C2
	Diferença entre artista e artesão	C3
	Heterodefinição de artista	C4
	Diferença entre artista profissional e artista amador	C5
	Instâncias legitimadoras	C6
	Auto e heteroperceção sobre o artista	C7
	infância	C7.1
	aspeto físico e indumentária	C7.2
	relação com a sociedade e as regras estabelecidas	C7.3
	relação com o dinheiro	C7.4
	relação com a espiritualidade	C7.5
	importância da idade	C7.6
	importância da fama e/ou do reconhecimento	C7.7
	outras características associadas	C7.8
	ser diferente	C7.9
	Auto e heteroperceção sobre a arte	C8
	processo de criação da obra de arte	C8.1
	funções da obra de arte	C8.2
	obra de arte: talento ou aprendizagem	C8.3
obra de arte como liberdade de expressão e/ou instrumento político	C8.4	
importância dos números (de vendas, visitantes, entre outros)	C8.5	
importância do público	C8.6	
Artes, artistas e media	vantagens e desvantagens	D1
	visão do setor	D2
	artista ou obra	D3
	arte nacional e arte internacional	D4
	experiência com os media	D5

Abstract

This article intends to demonstrate the course traced during an investigation to obtain a Master's Degree in Sociology, concerning the social representations of and within the artistic sector.

In a time when it's visible a greater approach of the common citizen towards the arts, as well as the diversification of their cultural and artistic tastes, and at a time when there is an increasing importance assumed by the media on the construction of the collective imaginary, it becomes most relevant to analyze the connection between the arts and the media from the perspective of both parties.

Thus, it is our objective to analyze through a case study on FBAUP's (Faculty of Fine Arts of the University of Oporto) finalists self-representations, combined with the study of *Ipsilon's* media representations, regarding the artistic sector.

Keywords: Arts, artist, self-representations, media, hetero-representations.

Submetido para avaliação em maio de 2013.

Aprovado para publicação em julho de 2013.

Versão final entregue em julho de 2013.