

**ENCULTURADOS, BLOQUEADOS E ADAPTADOS: A CULTURA EM PORTUGAL
EM TEMPO DE COVID-19**

**ENCULTURATED, BLOCKED AND ADAPTED: CULTURE IN PORTUGAL IN
COVID-19 TIMES**

Recebido em: 06/09/2021

Aceito em: 10/12/2021

Paulo Castro Seixas¹

Inês Subtil²

Ricardo Cunha Dias³

Resumo: Este artigo pretende refletir sobre o campo cultural em situação de confinamento a partir da experiência portuguesa em tempo de Covid-19. O texto centra-se nos conceitos de campo cultural, estratégias e linguagem de adaptação, cultura de tradição seletiva e seleção cultural para enquadrar as disputas, as adaptações e os potenciais processos de seleção cultural que se evidenciaram no primeiro período do confinamento, em março de 2020. Metodologicamente, a pesquisa sustentou-se numa abordagem qualitativa através da realização de entrevistas exploratórias com atores culturais para propor um modelo de adaptação da produção cultural em tempo de crise. Os resultados evidenciam que o campo cultural se dividiu em três grandes “equipas”: a dos “bloqueados”, em que a seleção cultural foi forte e há perdas que precisam de ser identificadas; a dos “enculturados”, pouco afetada e em que a criação cultural se encultura no confinamento e no chamado “novo normal”; e a dos “adaptados” que utilizou adaptações estratégicas como o recurso ao digital (Instagram, YouTube, etc.) e a processos mistos (como eventos em formato *live streaming*), a infraestrutura urbana como infraestrutura cultural (varandas, fachadas, etc.), a novos formatos de eventos automobilizados (como o *Drive In Musical*), e a públicos produtores, que devemos interrogar se serão tendências de futuro.

Palavras-chave: Cultura em tempo de Covid-19; Seleção Cultural; Estratégias e Linguagens de Adaptação.

Abstract: This article intends to reflect on the cultural field in a situation of confinement from the Portuguese experience in Covid-19 times. The text focuses on the concepts of cultural field, strategies and language of adaptation, culture of selective tradition and cultural selection to frame the disputes, adaptations and potential processes of cultural selection that were evident in in the first period of confinement, in March 2020. Methodologically, the research was based on a qualitative approach through exploratory interviews with cultural

¹ Professor Associado com Agregação do Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas da Universidade de Lisboa. Investigador Integrado do Centro de Administração e Políticas Públicas. E-mail: pseixas@iscsp.ulisboa.pt. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9209-8188>

² Aluna de Doutoramento de Políticas de Desenvolvimento de Recursos Humanos do Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas da Universidade de Lisboa. Investigadora Colaboradora do Centro de Administração e Políticas Públicas. E-mail: subtil.inesrh@gmail.com. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-0027-0401>

³ Aluno de Doutoramento em Administração Pública, especialização em Administração e Políticas Públicas, do Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas da Universidade de Lisboa. Investigador Colaborador do Centro de Administração e Políticas Públicas. E-mail: ricardo.daniel.cunha.dias@gmail.com. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-3801-1851>

actors to propose a model for adapting cultural production in times of crisis. The results show that the cultural field was divided into three large “teams”: the “blocked” ones, in which the cultural selection was strong and there are losses that need to be identified; the “encultured”, little affected and in which cultural creation is enchanted in confinement and in the so-called “new normal”; the “adapted”, who used strategic adaptations such as the use of digital (Instagram, YouTube, etc.) and mixed processes (such as events in live streaming format), urban infrastructure as cultural infrastructure (balconies, facades, etc.), new formats of automotive events (such as Drive In Musical), and producer audiences, which we must ask if they are future trends.

Keyword: Culture in Covid-19 times; Cultural Selection; Adaptation Strategies and Languages.

INTRODUÇÃO

A pandemia de Covid-19 paralisou Portugal a partir de março de 2020. A primeira declaração do Estado de Emergência a 11 de março desse ano definiu um novo cenário da vida dos portugueses, obrigando a um período de confinamento que espelhava o que vinha a acontecer já em outros países. O “Great Lockdown”, ou “Grande Fechamento”, como ficou conhecido esse período de março a abril de 2020, resultou, especificamente, no encerramento de inúmeros estabelecimentos e cancelamento de todos os espetáculos e atividades artísticas e culturais por tempo indeterminado. Nessa altura, o impacto da pandemia no setor da Cultura foi tal que a UNESCO lançou um boletim semanal intitulado “Cultura & Covid-19: Impacto e Resposta” para fornecer uma visão geral da situação em rápida evolução.

Durante o primeiro período em que tiveram estritos aos espaços das suas habitações, os autores e artistas portugueses viram-se obrigados a procurar estratégias de adaptação, sobretudo recorrendo ao digital. Também os cidadãos – públicos –, de diversas formas revelaram a necessidade de refúgio ou alento nos produtos artísticos e culturais. A literatura, a música e o cinema foram os formatos de estabilidade mais procurados pelos portugueses, salientando a importância da arte e da cultura na vida de todos⁴.

Mas essa adaptação não foi nem fácil nem igual para todos, variando em função da área de criação/produção e da maior ou menor dependência a um espaço físico e/ou a uma equipa de apoio. Entre suspensão, continuação e adaptação das práticas de produção artística neste período (GAMA, 2020), os ajustamentos estratégicos levados a cabo por alguns produtores culturais e ainda as novas relações entre públicos e produção artística tornaram-se, assim, questões centrais que pretendemos abordar neste artigo. Se se pode conceber que a relação entre crise e reação do campo cultural é conjuntural, é também possível ver nas adaptações surgidas evidências de reforço de tendências em curso e, porventura mesmo, novos processos de uma

⁴ Prova dessa importância da cultura e da arte durante o confinamento, foi a recuperação de uma série de programas no canal público nacional (RTP), como o “Alta Fidelidade” e do *Talk Show* “Vai-se a Ver e Nada”, que apresentavam a vida e obra de autores e artistas nacionais.

seleção cultural em marcha. É nesse sentido que a análise do campo cultural em tempo de Covid-19 pode ter um alcance para além da própria crise.

A pesquisa que aqui se apresenta é de carácter exploratório e parte da seguinte questão: como é que o início da crise pandémica de Covid-19 impactou o campo cultural e que adaptações criativas possibilitou/desencadeou? Os principais objetivos foram: a) chegar a uma tipologia da adaptação diferencial à crise da Covid-19 pelas diversas áreas de autoria do campo cultural; b) identificar os diversos tipos de ajustamentos estratégicos e novas linguagens dos que produziram cultura em tempos de crise; e, c) interrogar esta crise como uma crise sem consequências disruptivas, ou uma crise premonitória, que evidencia tendências futuras. Para isso, e no quadro de um projeto mais vasto sobre Políticas da Cultura e Planeamento Cultural, foram feitas entrevistas a atores culturais de várias áreas (literatura, música, cinema e dança) ao longo do mês de maio de 2020, altura que correspondeu à fase do primeiro período de ‘desconfinamento’.

O artigo desenvolve-se, apresentando na próxima secção os conceitos de campo cultural, adaptação estratégica, cultura de tradição seletiva e seleção cultural para enquadrar as disputas, as adaptações e os potenciais processos de seleção cultural que se podem caracterizar no primeiro período do confinamento em Portugal. É ainda abordado o conceito de linguagem aplicada ao campo cultural. Na terceira secção apresentamos os resultados decorrentes das entrevistas realizadas, assim como da recolha documental feita na Internet e em redes/medias sociais específicas (Instagram, Facebook, YouTube, etc.), evidenciando as formas de adaptação do campo cultural, os ajustamentos estratégicos daqueles que se adaptaram segundo as especificidades do início do período de crise pandémica e a identificação do movimento de públicos-produtores.

CAMPO CULTURAL E CRISE: ADAPTAÇÃO ESTRATÉGICA E SELEÇÃO CULTURAL

Utilizamos o conceito de ‘campo cultural’ na aceção de Bourdieu (1994), ou seja, o conjunto de posições estruturadas e em relação de cooperação e competição, evidenciado em diversos contextos pelos “cânones” (VARGAS, 2010), num quadro de regras específico e também enquanto espaço específico de produção simbólica. Ora, são exatamente tais posições que pretendemos colocar em discussão neste artigo: até que ponto a crise criada pela pandemia de Covid-19 é um desafio a tais posições? Ou seja, até que ponto as especificidades da crise criada pela Covid-19 levou a respostas da parte dos agentes culturais com influência nas suas

próprias posições no campo? E até que ponto o próprio campo cultural, enquanto estrutura de posições, pode ser influenciado e transformado por esta crise?

É claro que a resposta às questões acima colocadas depende do próprio tempo de duração da crise e das suas consequências, diretas e colaterais. A crise define-se por uma desestruturação, normalmente conjuntural, podendo implicar um regresso à ‘normalidade’ que a antecedeu ou uma reestruturação e criação de uma “nova normalidade”, ou seja, uma mudança de ‘paradigma’ na aceção de Kuhn (2013). Escrevendo-se em pleno tempo de crise, não é fácil saber o ‘valor’ da mesma. O que já agora se concebe como ‘novo normal’ poderá ser uma evidência, senão de uma mudança de paradigma, ao menos de adaptações estratégicas não menosprezáveis. As evidências dos primeiros estudos começam a sugerir que a ausência ou inadequação de medidas de resposta urgentes à crise poderá conduzir o setor cultural português a fortes bloqueios e perdas irreparáveis (GAMA, 2020).

É neste quadro que este artigo se desenvolve, procurando discutir essa possibilidade de mudança e de que forma ela se reflete no campo cultural de forma diferenciada. Partindo do campo cultural português perguntamo-nos, especificamente, se há posições que não são particularmente afetadas, enquanto outras são afetadas de forma drástica. Perguntamo-nos também se houve agentes culturais que adotaram adaptações estratégicas ao novo quadro sociocultural criado pela crise. Que agentes foram esses, de que posições do campo cultural e quais foram as adaptações estratégicas efetuadas? Procuramos ainda discutir até que ponto estas adaptações estratégicas resultam de uma ênfase em relação a tendências e a linguagens que já existiam ou se foram inovações específicas. Finalmente, coloca-se a questão sobre a possibilidade de se estar na presença de processos de seleção cultural que serão importantes na nova estruturação do campo cultural.

A teoria da seleção cultural enfatiza o facto de a cultura poder evoluir em diferentes direções, dependendo das condições de vida. Ao procurar explicar por que e como é que novos fenómenos culturais – ideias/valores, comportamentos e tecnologias – se difundem socialmente, esta teoria implica ter em conta que um fenómeno cultural pode ter “interesses” próprios que nem sempre idênticos aos dos indivíduos que os vivenciam. As condições de vida têm grande influência sobre esses interesses e, portanto, sobre o quanto ou quão pouco tais fenómenos se difundem (FOG, 1999).

Neste quadro, podemos perguntar até que ponto a crise do Covid-19, enquanto fenómeno cultural simultaneamente produtor de novos fenómenos culturais, contribuiu para uma ‘cultura de tradição seletiva’ (WILLIAMS, 1961), ou seja, uma seleção que decorre da

relação entre cultura vivida num determinado momento e lugar e a cultura de um período, entendida como “a cultura de todo tipo, desde a arte aos mais variados fatos do cotidiano” (LOPES, 1997, p. 103). Assim, neste texto procura-se perceber que cultura de tradição seletiva a Covid-19 produziu em Portugal.

LINGUAGENS CULTURAIS EM CONFINAMENTO

O campo cultural envolve diversos agentes em redes de interação dinâmicas de criação e difusão de produtos artísticos e culturais, o campo que Becker (2010) denomina ‘Mundo da Arte’ e descreve no seu livro com o mesmo título. Neste ‘Mundo’, marcado por uma precariedade estrutural e relevantes vulnerabilidades sociais dos seus agentes (MENGER, 2006; SUBTIL, 2020), o impacto e os efeitos do confinamento são ainda difíceis de avaliar. Contudo, como foi já referido anteriormente, o fecho dos estabelecimentos culturais e o cancelamento de eventos sem qualquer perspectiva de reagendamento e, em muitos casos, suspendendo também as contrapartidas financeiras são evidências da tragédia cultural que se vivenciou no início da pandemia de Covid-19.

Uma análise feita às movimentações sociais depende necessariamente da nossa participação no contexto em que nos inserimos (JUNG; SILVA; SANTOS, 2019). A experiência de confinamento foi global e, salvas as devidas exceções, por todo o mundo as pessoas se viram restritas às suas habitações, sendo na arte que encontraram o entretenimento e também o alento. Por essa razão, autores, artistas e diversos agentes culturais, procuraram adaptar-se às restrições e adequar a sua linguagem, (re)definindo as suas posições no campo. Linguagem significa “o princípio orientado para a comunicação de conteúdos intelectuais” (Benjamin 2012: 149) e foi a forma de comunicar que precisou de ser alterada para que os conteúdos pudessem chegar até às pessoas.

A ligação da cultura e da arte à linguagem não é novidade. Aliás, a mudança e encontro de novas formas de linguagem é precisamente a revelação de vida da arte e da cultura (CLULEY, 2012), sustentada num movimento pendular incessante, concretizado pela “dialética entre forma e possibilidade” (ECO, 2016). No contexto do primeiro confinamento em que este texto se centra, o resultado foi a mudança dos principais meios de comunicação, mas também a alteração dos processos, sobretudo acelerando a transição para o digital e para as redes sociais que já vinha a acontecer (LUGHI, 2014). A linguagem passou, assim, a ser orientada por esta conjectura que impôs mudanças às quais nem todos se poderão adaptar.

NOTA METODOLÓGICA

Este trabalho foi escrito no período que se seguiu à primeira fase de confinamento em Portugal e trata-se de um estudo exploratório que procurou reconhecer uma tipologia da adaptação diferencial à crise do Covid-19 pelas diversas áreas de autoria do campo cultural e identificar os vários tipos de ajustamentos estratégicos dos que produziram cultura em tempos de crise. A abordagem metodológica utilizada foi qualitativa, procedendo-se à recolha de dados através de entrevistas realizadas via *Zoom* e recolha de testemunhos escritos entre os dias 8 e 26 de maio de 2020 a 7 artistas e autores/artistas, já após o término do primeiro Estado de Emergência em Portugal.

No seguimento de um projeto mais vasto sobre Políticas da Cultura e Planeamento Cultural, que nos possibilita desde 2018 uma consciência aprofundada das ‘cenas’ culturais em Portugal (SEIXAS; DIAS; SUBTIL, 2018; 2020), entrevistámos o escritor Mário de Carvalho (MC); a cantautora Amélia Muge (AM); o autor/músico The Legendary Tigerman/Paulo Furtado (PF); o argumentista/realizador Jorge Paixão da Costa (JPC); a autora/*performer* Joana Sequeira Duarte (JSD); o autor/músico Vítor Rua (VR); e o compositor/músico António Pinho Vargas (APV).

Tendo em conta o objetivo de chegar a tipologias das formas de adaptação da cultura ao processo de crise e dos processos de ajustamento estratégico mais “felizes” ou com mais sucesso, a preocupação na seleção dos entrevistados foi, por um lado, a de termos a maior diversidade possível de áreas de atividade do campo cultural e, por outro, a de incidirmos sobre os atores culturais que adotaram ajustamentos estratégicos que revelavam respostas específicas aos constrangimentos do período inicial de crise. As entrevistas foram depois sujeitas a uma análise de conteúdo a partir de um procedimento designado ‘por milha’ (BARDIN, 1977), ou seja, em que as categorias de análise emergiram dos dados, estando na base da proposta de um modelo de adaptação da produção cultural em tempo de Covid-19 que se apresenta na próxima secção. Recorremos ainda a análise documental, nomeadamente a notícias nos *media* que serviram de enquadramento para a identificação das tipologias de adaptação estratégica ao contexto na altura.

APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS: PROPONDO UM MODELO

Aflorados os fundamentos teóricos desta pesquisa, apresentamos de seguida uma proposta de modelo de adaptação da linguagem, considerando a sua contextualização ao

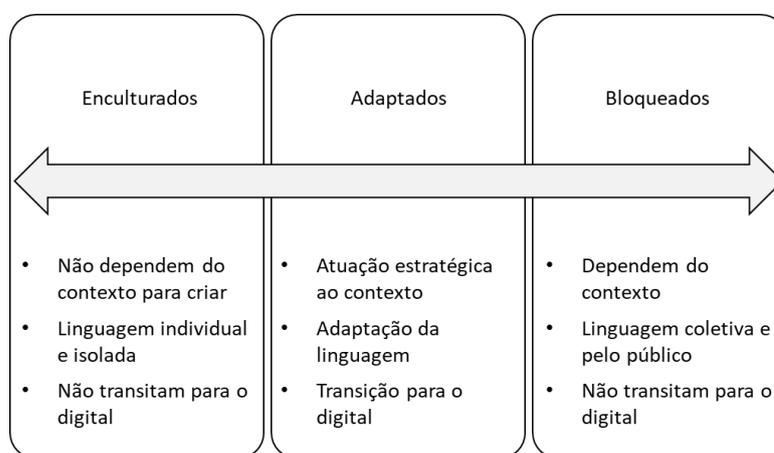
momento de crise da pandemia de Covid-19. As tipologias desse modelo são depois fundamentadas no quadro das entrevistas realizadas.

Numa das extremidades do modelo estão os agentes do campo cultural que não necessitaram de encontrar novas estratégias de linguagem, pois a sua forma e possibilidade de comunicação é individual e isolada. Chamamos-lhes “Enculturados” pois em muitos casos a sua produção cultural é feita desde sempre numa certa situação de confinamento.

Na extremidade oposta do modelo estão os “Bloqueados”, assim referidos por terem uma forma de comunicação dependente da interação física e presencial com outros agentes culturais e com o público e, como tal, a sua comunicação artística e cultural, devido ao confinamento, deixa de todo de ser possível. Mais que os autores/artistas, por vezes são também os projetos que são mais difíceis de adaptar, e, portanto, de realizar, utilizando outras linguagens que não as ditas “normais”.

No centro encontramos os “Adaptados”, ou seja, que adaptaram a sua forma e possibilidade de comunicação, encontrando novas linguagens e investindo em novos meios, nomeadamente na transição para o digital. Quanto mais houver por parte dos autores/artistas mobilidade para projetos de diferentes naturezas e capacidade de manter vários campos diversos de trabalho em simultâneo, mais fácil é também a adaptação.

FIGURA 1 – MODELO DE ADAPTAÇÃO DA LINGUAGEM NO CAMPO CULTURAL



Fonte: elaboração dos autores.

Há que salientar que a divisão proposta neste modelo não é estanque/exclusiva nem se esgota nos autores/artistas. Em muitos casos, os projetos que apareceram por parte de agências ou outras estruturas, convidando à criação de eventos a outras escalas e formatos, foram fundamentais para manter e/ou desencadear estratégias de produção e divulgação. Neste

quadro, fica por saber se a seleção feita pelos convites aos autores/artistas para esses eventos foi a de sempre, dando prioridade a certas propostas e deixando outras ao abandono e, portanto, “bloqueadas”, e como tal, de que forma condicionou os autores/artistas no quadro das estratégias adaptativas propostas.

CRISE E ADAPTAÇÃO

O impacto da crise pandémica revelou-se particularmente intenso no setor cultural e artístico e os seus atores perspectivaram desde logo que a recuperação fosse demorada e de consequências pouco animadoras, sobretudo porque veio exacerbar as vulnerabilidades socioeconómicas que uma grande maioria dos que estão neste setor já enfrentava:

“Na cultura em geral, em particular em tudo o que envolve *performance* ao vivo, viveu-se e vive-se ainda uma catástrofe inusitada. Daqui resultaram numerosos pedidos de ajuda ao Estado por parte de muitas organizações confrontadas com esses cancelamentos. Julgo que nem sequer se pode vislumbrar um retorno à normalidade.”
(APV)

“No final desta crise – que eu espero que não esteja assim tão longe –, acho que essa percentagem de artistas que podem viver da sua arte vai ser francamente reduzida.”
(PF)

“Há pessoas mesmo a passar fome. Não têm dinheiro. E depois é esta questão de ‘quanto tempo é que isto vai ser?’. Eu acho que vai ser no mínimo um ano, porque os espaços de apresentação mesmo abrindo, não se sabe o que é que pode acontecer.”
(JSD)

“O impacto desta pandemia no próximo ano vai ser enorme. Aliás, já se sabe que por exemplo em direitos de autor a quebra de cobrança de direitos de autor é absolutamente catastrófica durante este ano e, portanto, isso será uma coisa que se vai sentir e que os autores vão sentir nos próximos dois anos, pelo menos.” (PF)

“Eu creio que a Covid afeta – claro! – todos os artistas e pessoas ligadas à Arte (técnicos, etc.). [...] O que se passa é algo não relacionado com os direitos de autor, ou seja, não existindo espetáculos não há *cache* (rendimentos). E não existindo espetáculos não há razão para direitos de autor. É nesse sentido que se reflete nos autores a covid: a não existência de eventos para que se possa receber os direitos.”
(VR)

Apesar do panorama pouco animador, ou até mesmo por causa dele, durante o primeiro confinamento alguns artistas procuraram estratégias para se manter ativos e continuarem a sua interação com o público. O digital foi um dos meios encontrados, nomeadamente com o surgimento de “concertos” ao vivo diretamente da casa dos artistas, utilizando as redes sociais como meio de interação. No entanto, muitos destes “concertos” trataram-se, mais de ações/representações informais destinadas a manter uma certa comunicação com o público, do

que uma produção/divulgação no sentido mais amplo do processo artístico, valendo pelo contributo que deram para a manutenção da vida cultural no país. Em outros casos, porém, serviram como meio de ‘inovações artísticas’ (BECKER, 1974), no sentido em que os artistas foram obrigados a (re)descobrir formas alternativas de reunir os recursos necessários para as suas produções/criações artísticas.

“Acho que ninguém fazia assim esta coisa de concertos. Há artistas que já ‘cuidavam’ do seu Instagram, mas o concerto em si, dar música ou dançar, não era prática corrente porque esse espaço era ocupado só para o ao vivo e físico, em partilha com o público.”
(JSD)

Transitar de uma prática que estava reservada para os espaços físicos partilhados por ambos – público e artista – e onde ambos estavam presentes em simultâneo, para as plataformas *online*, significa a necessidade de adaptar a linguagem, não fosse a arte ela própria uma linguagem (SPENCE, 2006). Isso coloca a questão de se todos teriam a possibilidade de o fazer, e como?

Do campo cultural fazem parte diversos atores e áreas que dependem de diferentes formas de autoria e interpretação e, como tal, as estratégias de adaptação são, naturalmente, distintas. Consequentemente, também o impacto que a crise pandémica de Covid-19 foi maior ou menor dependendo dos atores artísticos e das áreas em que os mesmo produzem/criam. Neste quadro, uma maior (inter)dependência entre artistas e pessoal técnico é um fator que pode inibir a inovação, e, portanto, condicionar a capacidade de adaptação a tal contexto (BECKER, 1974). Segundo o modelo proposto, os atores que já produziam/criavam numa lógica grandemente individualista e mais isolada, tiveram mais facilidade em se enculturar no confinamento e no “novo normal” do que aqueles que sempre trabalharam numa base cooperativa/simbiótica. Isso pode mesmo levar a uma mudança da conceção tradicional de arte como o produto da atividade cooperativa entre várias pessoas (BECKER, 1974).

A influência e o impacto do digital no setor artístico e cultural é uma discussão em curso (LUGHI, 2014). Estudos recentes demonstram que os autores/artistas têm já uma consciência apurada da influência do digital ao nível das estratégias de publicação/produção, divulgação da sua obra, financiamento e defesa dos seus direitos de autor (SEIXAS; DIAS; SUBTIL, 2018).

Propõe-se, no Quadro 1, uma distribuição provisória das áreas do campo cultural, em função do modelo proposto relativamente às estratégias de adaptação da produção cultural, distinguindo entre produção e divulgação. Considera-se que há áreas culturais que claramente

se inscrevem numa das categorias propostas e outras que evidenciam estar entre categorias. A variável-chave parece ser a interação presencial com uma equipa ou/e com um público e é tal variável que impele a novas linguagens no caso das áreas culturais afetadas pela ausência dessa interação.

QUADRO 1 – ADAPTAÇÃO NAS DIFERENTES ÁREAS DO CAMPO CULTURAL

Campo Cultural	Estratégias de Adaptação da Criação Artística e Cultural		
	Enculturados	Adaptados	Bloqueados
Textos e Literatura	x		
Pintura e Escultura	x		
Cinema e Realização	x		x
Música	x	x	x
Dança			x
Teatro			x

Fonte: Elaboração dos autores.

Assim, se no caso da área dos textos e literatura e da pintura e escultura, estamos grandemente na presença de áreas de produção cultural ‘enculturadas’, ou seja, em que o confinamento individualista caracteriza em grande parte a produção; no extremo oposto temos o teatro e a dança, implicando uma produção cooperativa e a necessária interação com o público e, por isso, considerados ‘bloqueados’. De alguma forma, a produção criativa até pôde continuar, mas valerá a pena a criação de uma coreografia ou de uma peça de teatro sem ter a perspectiva de a apresentar ao público ou com imposições restritivas nos ensaios?

Já o cinema e a realização são uma área em que temos os dois casos. No cinema o processo de montagem é feito em situação confinada, pelo que uma parte da indústria parou, mas não de forma total. A música é uma área de tal transversalidade que não só a sua produção se poderá incluir nas três categorias do modelo, como é aquela em que encontramos mais novas linguagens, ou seja, ‘adaptados’. A criação parece não ser afetada na maioria dos casos, enquanto a produção e montagem de espetáculos sofreu um forte impacto com o confinamento.

No caso particular da música, trata-se de um processo complexo, numa perspectiva de multivalência, na medida em que se encontram bloqueados pelo cancelamento dos eventos, ao mesmo tempo que a composição individual pôde continuar resultando depois em lançamentos de obras criadas durante o confinamento, e não raros foram os casos de propostas adaptativas durante esse período, nomeadamente pelo uso das plataformas digitais. No entanto, em muitos casos essa adaptação dos artistas da música deixou de fora o pessoal técnico com quem

trabalhavam normalmente na produção de espetáculos. Estes são os profissionais do setor que mais expostos ficaram à crise, ficando por saber que estratégias adaptativas empreenderam.

OS ENCULTURADOS

Em relação aos escritores, pintores e outros atores culturais em que a prática cultural se faz mormente num quadro individualista e privado pode dizer-se que estão enculturados nos constrangimentos socioculturais criados pelo início da crise da Covid-19. Um dos entrevistados ilustra isso mesmo ao referir que em “formas de autoria que são individuais em extremo, como a escrita literária por exemplo, o impacto terá sido menor, mas só o futuro dirá quanto” (APV).

Ou seja, o confinamento e a impossibilidade de contacto direto com públicos não parecem afetar sobremaneira estas práticas culturais, na medida em que não os impede de continuarem a sua atividade criativa: “estou junto da minha biblioteca, tenho material de escrita à mão e não será, seguramente, por isto, que eu escrevo ou deixo de escrever” (MC). Tal acontece não só na produção literária para registo em papel, mas mesmo na área dos argumentos para cinema ou televisão. Mesmo a necessidade de trabalho em rede nestes últimos casos encontrou nas tecnologias a alternativa para os encontros presenciais:

“não modifica muito o *modus operandi* do que fiz nas outras séries. A única coisa era quando havia grandes dificuldades em chegar a um consenso, encontrávamo-nos e discutíamos ao vivo. Aqui passámos a discutir pelo telefone, mas a metodologia era a mesma” (JPC).

Isto não quer dizer que a crise e o ‘Grande Fechamento/Great Lockdown’ não tenham tido consequências sobre estes produtores culturais.

“As minhas rotinas e procedimentos habituais tiveram que ser alterados. Deixei de ir ao escritório, como todas as tardes acontecia. Hábitos diários (refeições, etc.) tiveram que ser conformados às novas exigências. O apelo das redes sociais tornou-se mais insistente, com a necessidade de comunicar e saber dos outros.” (MC)

Consequências essas transversais ao setor cultural:

“não houve grandes diferenças, a única coisa tem a ver com o *mindset*, com a mentalidade, ou seja, há angústia, há esse tipo de coisas que nesta área de trabalho têm uma importância capital e sob esta pressão então torna-se maior” (JPC).

Os Enculturados mantiveram, assim, a sua atividade produtiva, contudo a entrega dos seus novos trabalhos ao público ficou em suspenso, à exceção dos trabalhos lançados nas plataformas digitais.

“O meu último livro, Epítome de Pecados e Tentações, já totalmente pronto e impresso, ficou retido em armazém, por considerarmos, o editor e eu, que não era altura adequada para o fazer sair. Aparecerá, talvez durante, ou mesmo depois, das férias.” (MC)

“Eu acabei de montar hoje o último episódio. Apesar do desastre todo, a nossa produtividade não se alterou. Nós vamos poder estrear antes do que estava previsto.” (JPC)

Todavia têm perspectivas e alguma segurança no regresso e também os seus trabalhos anteriores continuam disponíveis no mercado: “A relação com o público, no meu caso, e ressalvando os tais encontros e colóquios de que falei acima, faz-se por intermédio dos livros” (MC), ainda que o “mercado de venda dos livros e as bibliotecas estão praticamente parados” (MC).

Quando questionados sobre a transição para o digital a resposta obtida foi sob a lógica do utilizador-consumidor, para manter o contacto e atualização sobre o que o rodeia e não tanto como criador de conteúdos por esta via. Sendo que “a adaptação está a fazer-se sem complicações de maior. Nada de particularmente novo, na verdade” (MC).

OS BLOQUEADOS

Os produtos artísticos e culturais podem ser concebidos como o resultado da atividade cooperativa entre artistas e pessoal de apoio. A dependência dos primeiros em relação aos segundos tanto torna a produção do trabalho artístico mais fácil quanto a inovação mais difícil (BECKER, 1974). Neste quadro, os Bloqueados, ao contrário dos Enculturados, são prejudicados, tanto na sua produção criativa, pela sua dependência a pessoal técnico, como na ausência de perspectivas e segurança quanto ao futuro e, maioritariamente, os seus anteriores trabalhos não estão disponíveis no mercado e como tal não se figuram em contrapartidas financeiras para o agente cultural. É o exemplo dos bailarinos ou dos atores, aqueles que dependem de uma equipa de coprodução em copresença e trabalham em interação direta com o público. Tal prejudica ainda mais aqueles que ainda estão a entrar na Indústria e para quem a visibilidade através do digital ou das redes sociais é parca, ou até mesmo inexistente, ou pode adquirir significados socioculturais que não tinha em situação de copresença de público, reforçando esta ideia de bloqueamento:

“Uma artista visual que trabalha muito a nudez, ela disse ‘para mim é impensável, nem sequer me deixam, sou logo censurada se eu quiser pôr uma obra minha ou fazer uma *performance* no Instagram ou no Facebook, sou logo bloqueada. Portanto nem sequer é plataforma para mim’.” (JSD)

“O único modelo consistente é o industrial, *mainstream*, que “eucaliptiza” a possibilidade de diversidade e enfraquece a comunicação entre as artes, a educação, a academia e o público. A visão do artista confunde-se com a do *entertainer* e com o estar ao serviço do que as pessoas querem ler, ver e ouvir. Isto é o que traz uma das maiores vulnerabilidades ao setor.” (AM)

“Quem já estava a filmar teve de parar, mesmo sem saber se estavam infetados ou não. E esse é um dos grandes problemas agora, toda a gente está com medo, não é de arrancar, é de arrancar e de repente três dias depois um ator ficar infetado e ter de ir para casa pelo menos 14 dias. Se for o protagonista para tudo e não dá para fazer nada [...]. Há cenas que não se podem fazer, cenas de grande proximidade, contacto físico, vai ser uma chatice fazer isso. Eu não sei como é que se faz ainda, mas hei de descobrir.” (JPC)

Na análise da seleção cultural, estes foram os mais prejudicados pela pandemia e o seu regresso ao mundo do trabalho encontrará enormes desafios.

OS ADAPTADOS

Muitos foram os que procuraram algumas alternativas, seja pela tentativa de se manterem vivos no mercado ou pela própria necessidade interior de continuar a produzir, sendo que a opinião dos entrevistados sugere que o uso do digital surgiu naturalmente e de forma espontânea:

“O criar é sempre mais forte do que eu [...] a minha atividade *online* foi espontaneamente, e desde o início, um bocadinho também desencadeada por isso, porque acho que os artistas em geral são comunicadores e precisam de comunicar, precisam de absorver o que está a acontecer à sua volta e comunicar de volta, comunicar isso de alguma maneira em forma de arte. Acho que também houve uma parte que foi muito espontaneamente de solidariedade para com as pessoas que estavam em casa. Acho que foi isso que mais ou menos que aconteceu com todas as pessoas que foram fazendo coisas. Acho que não houve ninguém a planear assim coisas muito a sério.” (PF)

Autores e artistas, sobretudo na área da música, são os atores culturais que mais rapidamente encontraram estratégias de adaptação aos constrangimentos inicialmente levantados pela crise de Covid-19 e exploraram a sua relação com o outro através de um novo espaço e, possivelmente, através de uma nova linguagem, transitando o seu trabalho para o digital. O uso das redes sociais como o Facebook, Instagram, YouTube entre outros, passaram a ser concorridos meios de espetáculos *online* em direto.

“O Bruno Nogueira é um caso exemplar e que eu acho que tem muito a ver com o facto de as pessoas estarem muito sozinhas em casa e de precisarem mesmo de uma companhia àquela hora, que era às 11 da noite, e que eu acho que isso foi efetivamente, para esse grupo de pessoas, foi um serviço público muito importante. E causou um fenómeno quase inexplicável, mas que eu acho que foi muito bonito e que funcionou muito bem e que culminou de uma maneira também muito interessante. E que depois

mais tarde também foi mais ou menos aproveitada para aquela conversa clássica de que os artistas têm de se reinventar, quando isso é tudo o que nós fazemos há mais de 20 anos.” (PF)

Aqueles que encontraram ou reforçaram pelo digital a sua interação com o público, mantendo uma atividade regular, fidelizaram aqueles que já acompanhavam o seu trabalho e potencialmente até alcançaram novos:

“Acho que alcancei novos públicos, sim. Mas isso também teve a ver com as pessoas estarem mais claramente viradas para o digital porque estavam todas fechadas em casa e tinham de procurar coisas digitalmente.” (PF)

Atuaram de forma estratégica com capacidade de resposta e de comunicação. Inclusivamente não raros foram os lançamentos de conteúdos musicais durante o período de confinamento.

“Quando isto começou fiquei primeiro na dúvida em adiar ou não o lançamento do álbum que estava para o dia 27 de março. Havia esta possibilidade de adiar. Por outro lado, pensei – não, o disco foi feito para esta altura, também a temática e o nome e toda a envolvimento, acho que não seria justo eu, para com o disco, adiar-lo.” (JSD)

O uso do digital e das redes sociais também permitiu a visibilidade dos lançamentos durante o período de confinamento:

“Estou satisfeita por ter mantido a data de lançamento. Para que isso não passasse em branco completamente, porque os concertos de apresentação estavam a ser adiados ou cancelados, sem data. Então fizemos uma *‘listening party’* em direto no Instagram. Foi mais ou menos assim esse evento mais social, mais direto com o público, que fez a transição.” (JSD)

PROCESSOS DE ADAPTAÇÕES ESTRATÉGICAS

Durante o primeiro período de confinamento, enquanto os noticiários diários repetiam circular e exaustivamente a evolução da propagação da doença em Portugal e no resto do mundo, nas médias digitais começaram, primeiro pontualmente, e depois de forma mais consistente, a surgir iniciativas e eventos mobilizados pelos agentes culturais e artísticos que de forma muito clara proporcionaram um importante escape ao clima de receio e de tensão que então se vivia. A Tabela 1 faz uma breve síntese de tais iniciativas e eventos, classificando-os em função das estratégias adaptativas que os mesmos evidenciam.

TABELA 1 – CASOS DE ADAPTAÇÕES ESTRATÉGICAS

Adaptações Estratégicas	Casos da experiência Portuguesa
Novos Media	Bruno Nogueira – Instagram A partir de 26 de março “Como é que o bicho mexe?” 15 de maio – direto com 1 milhão de visualizações.
	Questlove – Baterista fez concerto quase diário ao longo do confinamento no Instagram. ‘Play it Safe’ – Plataforma online criada pela Gig Club em parceria com a Omnichord Records para transmissão de concertos ao vivo e onde é possível fazer donativos diretamente para os músicos.
Novos Processos	Cuca Roseta dá concerto itinerante em autocarro por Lisboa (1 de maio de 2020). Festival ‘Eu fico em Casa’ – 78 Músicos – Instagram.
	Portugal #EntraEmCena – plataforma online para investimento de empresas públicas e privadas em projetos artísticos.
	‘Bode Inspiratório’ – mais de 40 escritores e artistas plásticos contribuíram num blogue, a cada dia, com um capítulo para o documento sobre os tempos de isolamento social.
	‘Diário da Peste’ por Gonçalo M. Tavares para o Jornal Expresso, leitura por Isabel Abreu em IGTV do Instagram.
Novos Públicos	Cliveon – Plataforma digital com programação complementar de espetáculos. Cantores Populares fazem concerto live no YouTube (Toy; Leandro; Augusto Canário; Sons do Minho; Ricardo & Henrique; Jorge Ferreira; Rui Bandeira e Victor Rodrigues).
	Festival à Janela – projeção de espetáculos nos prédios para poderem ser vistos a partir das janelas de casa ou também através das transmissões online nas redes sociais. <i>Drive-In</i> Paredes de Coura. O FEST – com cinema <i>Drive-In</i> em Espinho.
Públicos-produtores culturais – exemplo dos moradores da Rua das Xaras em Portalegre; e do TikTok como nova plataforma em que sobretudo os mais jovens passam a fazer parte da <i>performance</i> da obra de outros autores/artistas, ou mesmo a produtores de novos conteúdos.	

Fonte: Elaboração dos Autores.

O ‘is live now’ do Facebook, o *link* para o Zoom, a importância do Instagram e do YouTube; o surgimento de novas plataformas como o Cliveon (Cultura em Casa) ou a Portugal #EntraEmCena; o uso de novos espaços para espetáculos como no Festival à Janela, o *Drive-In* Paredes de Coura, o FEST com cinema *Drive-in* em Espinho; o concerto em autocarro da Cuca Roseta e, ainda que de forma pontual, a emergência de públicos-produtores, parecem ter sido as adaptações estratégicas mais recorrentes.

Em todos estes movimentos e o surgimento destes novos processos, é perceptível que o digital conquistou um lugar que terá agora de ser tido em conta:

“Quando se voltar a teatros, a clubes, tudo isso, acho que se calhar a existência de um bilhete para ver um espetáculo físico e a existência de um bilhete para ver o espetáculo *online* terá de ser uma parte da equação, claramente. Acho que já todos percebemos isso. Isso veio para ficar.” (PF)

Ainda assim, não substituí o espaço físico porque, tal como referido, nem todas as formas de arte e cultura e nem todos os artistas e autores querem ou têm espaço neste meio, ou a sua linguagem é adaptável ao digital.

“Se for adaptado, se entrar no conceito... Há muitos bons artistas no digital, em que o seu trabalho foi pensado para aquela transmissão. Isso se calhar está dentro da linguagem, está dentro de um conceito, de uma forma de apresentação. Se é mais ‘eu tenho isto, mas agora por contingência, vou mostrar o meu objeto que foi pensado primariamente para o físico, agora vou mostrá-lo através de outro meio que é o digital’. Aqui se calhar a linguagem não faz parte do objeto em si, é mais o meio de transmissão.” (JSD)

Por fim, fica a noção de que muito era ainda desconhecido e o real impacto ainda impossível de avaliar.

“Um jornal publicou uma pequena reportagem sobre o Dia Mundial do Livro no dia 23 de abril e relembro uma frase de Dulce Maria Cardoso ‘faltam-nos palavras para isto; ainda não há nomes’ ou uma outra de Rui Manuel Amaral ‘a ficção está paralisada porque a realidade ultrapassou a ficção’. Creio que este tipo de perplexidades individuais ou coletivas e as paralisias subsequentes terão atingido transversalmente todas as áreas da criação artística. As reações que usaram as novas possibilidades *online*, com ações de grande criatividade, existiram efetivamente, mas julgo que na verdade representam uma parte reduzida se comparada com a atividade geral anterior.” (APV)

Face ao exposto, urgia encontrar estratégias para o setor artístico e cultural que não se estinguem no uso do digital.

“Outros circuitos teriam de ser pensados onde a comunicação poderá ser mais híbrida, misturando *performance* com outros tipos de comunicação como a discussão, a conferência, o debate. Existem algumas coisas, mas muito seguindo os modelos convencionais. A procura de novos modelos de comunicação é, em si mesma, um novo objeto artístico-comunicacional a criar e desenvolver dentro de padrões que também deveriam ser remunerados.” (AM)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo propôs-se responder à seguinte pergunta de partida: como é que a fase inicial da crise da Covid-19 impactou o campo cultural em Portugal e que adaptações criativas possibilitou/desencadeou? A partir de um estudo exploratório que teve em conta entrevistas com 7 criadores portugueses de áreas distintas, atingiu-se um modelo proposto com três grandes

tipos de adaptação do ponto de vista da criação artística/cultural: Enculturados, Bloqueados e Adaptados.

Para além deste modelo procurámos caracterizar, de uma forma mais específica, as várias adaptações estratégicas a três níveis: dos processos, dos meios, e dos públicos ativos. Até que ponto estas adaptações estratégicas se tornaram elementos estruturais das cenas artísticas e culturais em Portugal, e porventura noutros países?

Assim o contributo deste texto foi interrogar de forma exploratória o impacto da crise da pandemia de Covid-19 no campo artístico e cultural em Portugal. Mobilizámos conceitos como os de adaptação estratégica e seleção cultural para discutir a crise e suas consequências. O objetivo era questionar esta crise como uma crise sem consequências disruptivas, ou uma crise premonitória que evidencia tendências futuras. Propõe-se a possibilidade de se tratar de uma crise com lastro, da qual resultam algumas adaptações e novas linguagens que irão permanecer no futuro.

Parece que o campo cultural se dividiu em três grandes “equipas”, num sentido Goffmaniano (1993). Uma equipa bloqueada, em que a seleção cultural foi forte e há perdas que precisam de ser identificadas (desemprego, desistência, mudança de atividade); uma equipa pouco afetada em que a criação cultural se encultura no confinamento e ao chamado novo normal; e uma equipa que utilizou adaptações estratégicas que devemos interrogar se são ou não tendências de futuro. Algumas das tendências que este texto evidenciou são as seguintes: 1) O digital com uma forte utilização das plataformas (Instagram, YouTube, entre outros); 2) processos mistos presenciais e digitais (bilheteiras *online* e eventos em formato *live streaming*); 3) o uso da infraestrutura urbana (varandas, janelas, fachadas) como infraestrutura cultural e de dinamização de eventos, no seguimento de uma tendência dinamizada pelos graffítters e comunidade *street art*; 4) os novos formatos de eventos automobilizados, quer da parte dos artistas, quer das audiências; 5) os públicos produtores, ou seja, audiências que se dinamizaram na produção cultural.

Se estas novas linguagens são adaptações estratégicas conjunturais ou tendências que vieram para ficar é ainda uma interrogação que abre caminho para investigações futuras e experimentação do modelo proposto em diferentes realidades culturais e artísticas.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

- BECKER, Howard S. Art as collective action. **American Sociological Review**, v. 39, n. 6, p. 767-776. 1974.
- BECKER, Howard S. **Mundos da Arte**. Lisboa: Livros Horizonte, 2010.
- BENJAMIM, Walter. **Sobre Arte, Técnica, Linguagem e Política**. Lisboa: Relógio d'Água Editores, 2012.
- BOURDIEU, Pierre. **La Distinction. Critique sociale du jugement**. Paris: Les Éditions de Minuit, 1979.
- BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. Lisboa: Difel, 1994.
- BOURDIEU, Pierre. **The rules of art: Genesis and structure of the literary field**. Stanford: Stanford University Press, 1996.
- BOURDIEU, Pierre. Mais qui a créé les créateurs?. In Bourdieu, Pierre (ed.). **Questions de Sociologie**. Paris: Les Éditions de Minuit, 2002 [1984].
- CLULEY, Robert. Art Words and Art Worlds: The Methodological Importance of Language Use in Howard S. Becker's Sociology of Art and Cultural Production. **Cultural Sociology**, v. 6, n. 2, p. 201-216. 2012.
- ECO, Umberto. **Obra Aberta**. Lisboa: Relógio d'Água Editores, 2016.
- FOG, Agner. **Cultural selection**. Dordrecht: Kluwer, 1999.
- GAMA, Manuel (Coord.). **Impactos da COVID-19 no setor cultural português: Resultados preliminares de março de 2020**. Observatório de Políticas de Comunicação e Cultura Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade Universidade do Minho, Working Report, 2020. Disponível em: <http://polobs.pt/wp-content/uploads/2020/03/WR-1-POLOBS-Cultura-e-COVID-191.pdf>. Acesso em 20 abr. 2020.
- GOFFMAN, Erving. **A Apresentação do eu na vida de todos os dias**. Lisboa: Relógio D'Água, 1993.
- JUNG, Neiva M.; SILVA, Regina C. M.; SANTOS, Maria Elena Pires. Etnografia da linguagem como políticas em ação. **Calidoscópico**, v. 17, n. 1, p. 145-162. 2019.
- KUHN, Thomas S. **A Estrutura das Revoluções Científicas**. São Paulo: Perspetiva, 2013 [1962].
- LOPES, Alice R. C. Conhecimento Escolar: processos de seleção cultural e de mediação didáctica. **Educação & Realidade**, v. 22, n. 1, p. 95-112. 1997.
- LUGHI, Giulio. Digital Media and Contemporary Art. **Scritture della performance**, v. 3 n. 2, p. 43-52. 2014

MENGER, Pierre-Michel. Artistic Labour Markets: Contingent work, excess supply and occupational risk management. In GINSBURGH, Victor A.; THROSBY, David (eds.). **Handbook of the Economics of Art and Culture**. New York: Elsevier, 2006.

WILLIAMS, Raymond. **The Long Revolution**. London: Penguin Books, 1961.

SEIXAS, Paulo C.; DIAS, Ricardo C.; SUBTIL, Inês. Autores em Portugal: um retrato sociológico. **Análise Social**, v. 236, n. 3, p. 486-509. 2020,

SEIXAS, Paulo C.; DIAS, Ricardo C.; SUBTIL, Inês. **O Perfil do Autor em Portugal**. Relatório Técnico, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.31694.00328>. Acesso em 12 mai. 2020.

SPENCE, David. Art as a Language. **Cambridge Journal of Education**, v. 4, n. 3, p. 166-168. 1974.

SUBTIL, Inês. **A (In)visibilidade dos Autores Portugueses: Estudo sobre as Vulnerabilidades Sociais dos Autores Inscritos na SPA**. Lisboa: Dissertação de Mestrado em Política Social. Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Universidade de Lisboa, 2020.

VARGAS, António P. **Música e Poder. Para uma Sociologia da Ausência da Música Portuguesa no Contexto Europeu**. Coimbra: Tese de Doutoramento em Sociologia da Cultura. Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, 2010.