

A propósito do campo da música gravada – contributos para uma discussão teórica acerca dos campos culturais industriais

Paula Abreu

Centro de Estudos Sociais/Faculdade de Economia – Universidade de Coimbra

[Abreu, Paula (2015), “A propósito do campo da música gravada: contributos para uma discussão teórica acerca dos campos culturais industriais”, in Paula Guerra (org.), *More than loud. Os mundos dentro de cada som.* . Porto: Afrontamento, 67-80.]

Resumo:

O capítulo aborda a forma como, no contexto da sociologia da cultura, as indústrias culturais têm vindo a ser concetualizadas, discutindo particularmente as limitações do quadro teórico proposto por Pierre Bourdieu. Mobilizando contributos da sociologia económica e das organizações, de inspiração institucionalista, que evidenciam a fecundidade do conceito de campo para a análise de campo organizacionais e de mercados, propõe-se a conceção dos universos da produção, comercialização e consumo culturais de carácter industrial e capitalista como universos de ação que reproduzem as lógicas dos campos, à semelhança do que Bourdieu concebeu. Além desta proposta, abordam-se as limitações impostas pela concepção estruturalista deste autor, que identifica apenas dois grandes eixos de reconhecimento e hierarquização no interior dos campos e propõe-se uma complexificação desse modelo lançando mão da proposta concetual de Boltanski e Thévenot. Neste sentido, reconhece-se a coexistência de uma pluralidade de regimes de coordenação e de lógicas de ação no interior dos campos culturais envolvidas na organização das múltiplas e heterogéneas atividades de produção de bens e atividades culturais industriais, também suscetíveis de produzir uma diversidade de ordens de grandeza. Este percurso teórico permite que se conclua com uma redefinição da noção de campos culturais, particularmente no que diz respeito aos campos culturais de caráter industrial e capitalista, como é o caso do campo da música gravada.

Palavras chave: indústrias culturais, campos culturais, regimes de coordenação, ordens de grandeza,

Abstract:

The chapter addresses the way sociology of culture have been theorizing cultural industries, discussing particularly the limits of Pierre Bourdieu theoretical framework. Relying on the contributions of the institutionalist economic sociology and the organizations sociology which demonstrate the fruitfulness of the field concept for the analysis of the organizational fields and the markets, we propose the

definition of the industrial and capitalist worlds of cultural production, marketing and consumption as universes of action that reproduce the fields logic, such as Bourdieu has conceived it. Besides this, we address the limits of Bourdieu's structuralist approach when it allows the recognition of only two major paths of recognition and classification within the field. We suggest a more complex model making use of the theoretical framework proposed by Boltanski and Thévenot. In this sense, we recognize the coexistence of a plurality of coordination schemes and action logics within the cultural fields, required for the organization of the multiple and heterogeneous activities involved in the production of industrial cultural goods and capable of producing a variety of orders of worth. This theoretical approach allows us to conclude the chapter with a redefinition of the concept of cultural fields, particularly with regard to cultural fields of industrial and capitalist character, such as the recorded music field.

Keywords: cultural industries, cultural fields, coordination regimes, orders of worth

Resumé:

Ce chapitre discute comment les industries culturelles ont été conceptualisées dans le contexte de la sociologie de la culture, soulignant les limites du cadre théorique proposé par Pierre Bourdieu.

L'appel à des contributions de la sociologie économique et des organisations d'inspiration institutionnaliste, qui démontrent la fécondité du concept de champ pour l'analyse des marchés et des champs organisationnels, nous permet de proposer la conception des mondes de production, commercialisation et consommation des biens et activités culturels de caractère industriel et capitaliste comme des univers d'action qui reproduisent la logique des champs, analogues à ceux que Bourdieu a conçu. On discute aussi les limites que la conception structuraliste de cet auteur impose en convenant seulement deux grands axes de reconnaissance et de classement dans les champs et on propose une complexification de ce modèle, faisant usage de la proposition conceptuelle développée par Boltanski et Thévenot. En ce sens, nous reconnaissons la coexistence d'une pluralité de régimes de coordination et de logiques d'action dans les champs, nécessaires à l'organisation des multiples et hétérogènes activités impliqués dans la production de biens culturels industriels et capables de produire une variété de plusieurs ordres de grandeur. Ce parcours théorique nous permet de terminer le chapitre présentant une redéfinition de la notion de champ culturel, en particulier en ce qui concerne son opérationnalisation pour l'analyse des champs culturels de caractère industriel et capitaliste, comme celui de la musique enregistrée.

Mots clés: industries culturelles, champs culturels, régimes de coordination, ordres de grandeur

As incursões da sociologia nos territórios da cultura e da arte tendem a colocar os sociólogos perante dilemas complexos, de distanciamento e apreensão objetiva de dimensões que extravasam claramente o domínio do objetivado. O mistério, a inquietude, a aura e a paixão invocadas pelas obras de arte apelam a uma distância que é mais contemplativa que analítica e remetem para universos simbólicos com os quais todos estabelecemos pontes tecidas por encontros entre a razão, a emoção ou os afetos, tornando-nos cúmplices do fascínio exercido e investido pela arte. De facto, muito poucas vezes o trabalho dos sociólogos tem por objeto compreender ou descrever essa dimensão intangível e sensível dos objetos artísticos, mas tão-somente conhecer e explicar a teia de relações que dão lugar e oportunidade – ou que os negam – a essas outras formas de sentir, olhar e refletir a realidade. Esta vocação racionalizadora tem, contudo, efeitos de desencantamento que contaminaram o próprio pensamento sociológico e o tornaram mais suscetível a interpretações nostálgicas e pouco otimistas sobre o lugar das artes e da cultura no contexto das sociedades contemporâneas. A análise do universo das obras culturais e artísticas produzidas através de processos industriais capitalistas acentua um tal desencanto. Não só coloca a nu os processos sociais que conduzem à criação e receção das obras, como revela a sua íntima conexão com os mais sofisticados dispositivos técnicos e tecnológicos, mercantis e políticos das sociedades capitalistas.

O desencanto analítico resulta por vezes de pressupostos valorativos ou de efeitos de simplificação analítica que todo o trabalho de definição conceptual implica. Nos domínios da sociologia da cultura, algumas dessas simplificações atingem particularmente os conceitos de mercado, de modo de produção industrial, a relação entre os dois e a forma como eles se operacionalizam no contexto da cultura.

I. Do conceito de mercado ao conceito de campo

Relativamente à conceção de mercado, as abordagens das correntes de inspiração institucionalista da economia complexificam os pressupostos atualmente dominantes da economia clássica e neoclássica acerca da coincidência entre ação económica e ação social, reconhecendo a existência de esquemas sociais partilhados (instituições) que interferem na atividade económica dos agentes nos mercados. Geogffrey Hogdson (1994) destaca as críticas ao princípio da racionalidade económica, entendido como comportamento de maximização ou otimização e como assunção de cálculo racional subjacente a toda a ação, e também ao princípio da livre definição e orientação dos indivíduos para fins. Para estas correntes a racionalidade dos atores é delimitada pela relação com instituições sociais (regras e normas partilhadas e reproduzidas ao longo do tempo) que organizam as transações e minimizam os

seus custos. Neste sentido, e como afirma Hodgson, o mercado define-se “...como um conjunto de instituições sociais em que se verifica normalmente um grande número de trocas de mercadorias de um tipo específico, sendo essas trocas facilitadas e estruturadas por essas instituições sociais” (1994: 175). Os seus contributos são ainda insuficientes para uma análise sociológica dos mercados que ambicione tratar a sua atividade como social e não estritamente económica. De facto, no âmbito da sociologia, e como refere Neil Fligstein (2001: 8), desde os primórdios da disciplina que os autores distinguem entre a reprodução material dos indivíduos e a organização dessa mesma reprodução material. Considerar essa distinção obriga-nos a interrogar os mercados como esferas de ação social, passíveis de uma análise que ultrapassa a referência à *simple troca de produtos e serviços*.

É neste sentido que vai a perspetiva de Pierre Bourdieu. Segundo Lebaron (2003), Bourdieu sempre se mostrou cético relativamente à conceção mecânica da ação subjacente às correntes neoclássicas da economia (nomeadamente da escola neoclássica francesa), denunciando o reducionismo do modelo racional da ação, que não inclui explicitamente uma análise das complexas e múltiplas determinantes sociais das expectativas económicas. O interesse de Bourdieu pela esfera da economia e pela lógica das atividades económicas revela-se desde os seus primeiros trabalhos, na década de 1960 e 1970.¹ Todavia, só mais tarde ele vai mobilizar o seu sistema conceptual para propor uma análise das estruturas sociais da economia (Bourdieu, 2006). A sua preocupação é, então, a de mostrar como, ao contrário do que supõem os conceitos abstratos e pretensamente universais propostos pela economia, as ações e as instituições económicas que se apresentam à observação empírica são o resultado de processos históricos coletivos, longos, complexos e multidimensionais.

Nesse sentido, Bourdieu (2006) propõe uma análise do universo das atividades económicas como um campo. O campo económico capitalista é um espaço formado e dinamizado por empresas através da sua atividade e das relações de força que estabelecem entre si, conferindo-lhe uma determinada estrutura. A posição relativa das empresas nesse espaço é determinada pela composição e o volume de capital específico que acumulam e que define também os limites e as possibilidades da sua atividade. Assim, são as empresas quem determina o estado das relações de força estabelecidas entre o conjunto das mesmas envolvidas na

¹ Refiro-me em particular à sua obra *Esquisse d'une théorie de la pratique*, publicada em 1972 (tradução portuguesa editada em 2001).

produção de bens similares. O lugar e o peso de uma empresa no campo são definidos na relação com todos os outros agentes do mesmo espaço económico.

A relevância que os efeitos estruturais têm no modelo de campo económico definido por Bourdieu – efeitos que limitam o espaço das possíveis atividades dos agentes económicos – é fundamental para ultrapassar uma visão puramente racional do funcionamento económico. Para o autor, a tendência para a reprodução estrutural do campo é inerente à própria estrutura, pelo que as disputas que decorrem do jogo económico entre os agentes não são absolutamente indeterminadas, mas resultam previsíveis e calculáveis e “... os agentes adquirem mestria e regras transmissíveis (por vezes designadas “rotinas”) que são a base de previsões pelo menos aproximadas.” (2006: 267). Este efeito estrutural é mascarado pela lógica de ação específica do campo que, privilegiando uma ótica calculista e estratégica acerca dos agentes e das suas ações, ilude não apenas o facto de as possibilidades de conceção e implementação de ações ponderadas e táticas se definirem sempre dentro dos limites impostos pelo quadro dos constrangimentos estruturais em que se situam e relacionam os agentes económicos, como também o facto de nesse âmbito se reproduzirem esquemas e rotinas que orientam a ação.

A abordagem estruturalista de Bourdieu dialoga com as propostas de enfoque neoinstitucionalista que foram desenvolvidas a partir dos anos 80 do século XX, no âmbito da teoria organizacional. Estou a referir-me, em particular, aos contributos de Paul DiMaggio e Walter W. Powell (1991) e à forma como abordam a constituição do que designam por *campos organizacionais*. Com este conceito os autores pretendem descrever a esfera de atividade de um conjunto de organizações que definem uma área reconhecida de vida institucional: “... fornecedores chave, recursos e consumidores, instituições de regulação e outras organizações que produzem serviços e produtos similares”² (DiMaggio e Powell, 1991: 64). Como referem os autores, a noção de *campo organizacional* tem a vantagem de incluir um conjunto variado de organizações: não apenas organizações competitivas entre si, mas uma totalidade de atores relevantes, entre os quais destacamos a referência a instituições de regulação do próprio campo. Simultaneamente, o conceito revela-se útil para dar conta das interações formais e informais entre organizações e equacionar as respetivas posições estruturais (Idem, 1991: 65). Revelando uma inspiração teórica com ressonâncias comuns à teoria bourdieusiana, estes autores equacionam as condições de institucionalização dos campos organizacionais,

² Todas as traduções são da responsabilidade da autora.

centrando-se na avaliação das dinâmicas estabelecidas entre os atores organizacionais, para dar conta da sua instituição como campos. No seu modo de ver, os campos organizacionais e as suas estruturas resultam de processos de institucionalização que são sempre situados e concretos. Não obstante, DiMaggio e Powell insistem na identificação de um conjunto de condições necessárias à constituição de uma nova arena de atividade institucional (1991: 65). Tais condições dizem respeito, em primeiro lugar, à multiplicação das interações entre um conjunto de organizações, à emergência de estruturas interorganizacionais de dominação e à definição de padrões de coligação entre as organizações. E, em segundo, ao crescimento do fluxo de informação com o qual estas têm de lidar e ao desenvolvimento, entre os participantes, de uma consciência mútua de envolvimento numa empresa comum.

Como Fourcade (2007: 1022-1024) sugere, existe um diferencial no entendimento que Bourdieu faz do campo económico e aquele que DiMaggio e Powell fazem do campo organizacional. O primeiro partilha com os segundos a ideia de que os campos se institucionalizam através de um processo que conduz à autonomização de estruturas, de formas e lógicas de interação. Mas o seu olhar incide fundamentalmente nas disputas de interesses e de poder entre os atores que se orientam segundo um princípio de diferenciação e distinção. DiMaggio e Powell revelam outra ordem de preocupações, dando conta do modo como as dinâmicas interorganizacionais geram entendimentos comuns – conceções de controlo, como lhes chama Fligstein (2001) – e produzem efeitos de isomorfismo institucional no interior do campo.

Em comum, as teorias destes autores têm o modo de olhar os agentes sociais vistos a partir das posições que ocupam e das interações que orientam de forma recíproca, funcionando como mediadores dos efeitos das estruturas sociais no campo. Em nenhuma das perspetivas as relações e interações entre agentes económicos (as trocas) são, por si mesmas, objeto de particular atenção.

Neil Fligstein é outro autor cujo trabalho se filia nas abordagens neoinstitucionalistas da teoria organizacional e da nova sociologia económica, e que nelas incorpora a abordagem da teoria dos campos (2001). A sua pesquisa alarga, no entanto, o âmbito da análise proposta por essas perspetivas, estendendo-a ao estudo dos mercados. Para Fligstein, os mercados são arenas sociais de produção e venda de produtos ou serviços, caracterizadas por trocas estruturadas. Por isso, defende, um mercado (estável) pode ser tratado como um campo quando “... o produto trocado tem legitimidade junto dos consumidores e os fornecedores de um bem ou

serviço são capazes de produzir uma hierarquia de status na qual os maiores fornecedores dominam o mercado e são capazes de se assim se manter” (2001: 30-31).

À semelhança de Bourdieu (2006), Fligstein entende que, no contexto dos mercados, são as organizações que vendem um bem ou serviço quem produz a estrutura social, na medida em que é a sua própria existência que está em causa se não for conquistada a estabilidade dos mercados. As relações estabelecidas entre as organizações dão origem a uma hierarquia, de modo que um conjunto dessas organizações (*as dominantes*) compõe os entendimentos culturais que orientam o mercado e que outras organizações seguirão (*as desafiadoras*). Fligstein considera, portanto, que a estrutura social de um mercado é fundamentalmente uma estrutura de poder, “através da qual as companhias dominantes usam táticas e estratégias para estabilizarem e reproduzirem a sua posição relativamente às companhias desafiadoras (dominadas)” (2001: 69). A reprodução dessa estrutura no tempo dá consistência ao mercado, embora a instabilidade seja a sua principal característica. Esta última é gerada pela competição entre companhias, mas também por outros processos, tais como a perda de legitimidade de produtos ou o surgimento de outros novos.

Com a aplicação dos esquemas analíticos da teoria dos campos sociais à explicação dos mercados, Fligstein relaciona os dois conceitos, permitindo-nos pensar que, no caso da esfera económica, e tal como pressupõem DiMaggio e Powell (1991), a formação de um mercado envolve a constituição de um campo organizacional e que, por isso, a configuração de ambos é mutuamente definida. Seguindo de perto as teses de DiMaggio e Powell, Anand e Peterson interpretam de forma particularmente acutilante o âmago da relação entre os campos de natureza competitiva e os mercados (Anand e Peterson, 2000). Para estes autores, a coerência dos campos competitivos decorre do seu funcionamento como mercados, operando estes como catalisadores dos primeiros. Os autores procuram evidências da sua perspetiva nos dispositivos de produção e partilha de informação que são instituídos nos campos e que permitem às respetivas organizações conhecer os seus mercados e controlarem-se mutuamente.

Através desta articulação teórica podemos perspetivar o universo das indústrias culturais e, em particular, a arena da indústria fonográfica como um campo industrial capitalista cujas dinâmicas gravitacionais decorrem do funcionamento do mercado dos fonogramas, embora não se circunscrevam de forma exclusivamente recíproca.

2. A diversidade de modos de coordenação e de ordens de grandeza no contexto dos campos culturais (industriais)

Relativamente aos campos das indústrias da cultura, e concretamente em relação ao campo da indústria fonográfica, coloca-se, no entanto, uma outra interrogação relativa à natureza particular dos objetos produzidos e trocados nesses campos e mercados: bens culturais ou, especificamente, fonogramas. Estes não se podem reduzir à simples conceção de mercadorias, definidas eminentemente pelo seu valor de troca, ou à dimensão técnica dos registos, dos suportes ou dos equipamentos. Os fonogramas registam, entre outras coisas possíveis, obras musicais criadas por autores e compositores e interpretadas por artistas, definindo-se como obras culturais. E embora, como sublinha Antoine Hennion (1993), a música seja uma expressão artística performativa por excelência, irreduzível a qualquer uma das suas fixações parciais, os fonogramas são mediadores incontornáveis da expressão musical contemporânea. A sua produção através de um sistema industrial e a sua troca no contexto de mercados capitalistas não obstam a que os fonogramas assumam, para criadores e consumidores, um valor cultural que não é captado pelo seu valor económico, como salienta David Throsby (2001).

Perante este problema, e tendo em consideração os contributos das teorias institucionalistas sobre o funcionamento da economia e a tónica que colocam sobre o modo como instituições mais ou menos formais enquadram as atividades económicas, é decisiva a incursão pela teoria das economias da grandeza desenvolvidas por Luc Boltanski e Laurent Thévenot (1991), de modo a identificarmos a pluralidade de lógicas de ação mobilizadas por diferentes atores no contexto dos campos culturais industriais capitalistas.

O quadro conceptual destes autores visa dar conta dos modos de coordenação e justificação das ações humanas de relevância coletiva, sugerindo a ponderação de uma pluralidade de lógicas e regimes de coordenação no espaço de diferentes esferas de atividade. As suas propostas abrem uma via para ultrapassar a clássica dicotomia entre lógicas culturais e lógicas económicas, reproduzida na abordagem de Bourdieu sobre o campo cultural, e desfazer a insistente perspetiva sobre a coincidência entre as lógicas técnica-industrial e económica capitalista, bem presentes no texto fundador de Adorno e Horkheimer (1997).

Na perspetiva de Bourdieu, o campo cultural é definido como um “mundo económico às avessas” (1996: 248). No interior deste campo disputa-se o poder de definição e imposição dos modos legítimos de produção e consumo cultural e, com isso, a delimitação dos que no

campo podem participar nessa disputa. A forma de capital aí mais valorizada é a do capital especificamente cultural, por oposição à acumulação de capital económico. E são o volume e a composição dos recursos disponíveis para a luta e o lugar ocupado na mesma que definem a estrutura de posições dos atores no campo, bem como as suas tomadas de posição. Estas condições desenham a estrutura do campo cultural, que se traduz fundamentalmente na oposição de dois subcampos de atividade: o *subcampo da produção restrita* e o *subcampo da grande produção* (Bourdieu, 1993b: 29-73 e 1996: 246-320).

O *subcampo da produção cultural restrita* é aquele que, na perspetiva do autor, define a lógica específica do campo e gera o maior grau de autonomia relativamente a outros campos de atividade, como em relação ao próprio espaço social do poder (Bourdieu, 1993b). É nele que Bourdieu vai focar a análise, deixando quase tão-só enunciado o *subcampo da grande produção*.³ De facto, este último corresponde à arena da atividade cultural mais próxima da lógica económica, encontrando-se na fronteira com esse universo de atividade. Uma contiguidade que, na ótica do autor, o desqualifica como cultural e o afasta dos vetores por ele definidos para dar conta da arena das atividades de cultura. No entanto, e como o próprio Bourdieu reconhece, um dos objetos de mais intensa luta no interior dos campos é o da definição dos respetivos limites. E, no caso do campo cultural, esse é um objeto da maior acuidade, dada a forte permeabilidade das suas fronteiras e, por consequência, a diversidade de objetos de luta e de princípios de hierarquização (Bourdieu, 1993b: 43).

Para ultrapassar este défice de análise, socorro-me da proposta analítica desenvolvida por Boltanski e Thévenot para dar conta das ações que envolvem acordos entre atores sociais e, portanto, a mobilização de princípios comuns de qualificação e ordenação dos objetos e dos sujeitos envolvidos nos contextos da ação (Boltanski e Thévenot, 1991 e 1999). Na perspetiva destes autores, a coordenação da ação humana envolve diferentes regimes convencionais de acordo e justificação, cujos fundamentos se encontram em princípios gerais de bem comum, relativamente aos quais se estabelece a relevância ou grandeza dos seres e se constituem ordens de avaliação, qualificação e ordenação de pessoas e objetos – as *ordens de grandeza*.

³ Apesar de Bourdieu não se ter alongado na análise do *subcampo da grande produção*, a verdade é que o seu quadro analítico foi já usado por diversos autores para dar conta destes universos culturais. É o caso de Alan O'Connor (2008) no seu trabalho sobre o campo da edição fonográfica *punk* nos Estados Unidos da América, ou de Paula Guerra (2010), para dar conta da constituição e do desenvolvimento do subcampo do rock alternativo em Portugal.

São essas ordens de grandeza que permitem aos atores sociais avaliar as situações que exigem uma coordenação partilhada e adequar o seu comportamento ou ação.

De facto, ao contrário do que acontece na sociologia clássica e, em particular, na teoria de Bourdieu, os autores entendem que a grandeza não é uma característica atribuível a pessoas ou a grupos. Uma grandeza é antes uma qualidade que se evidencia nos contextos de ação, com o contributo dos objetos e dos dispositivos relevantes para cada princípio geral de bem comum, com base nos quais se operam comparações e se estabelecem avaliações e ordenações entre os seres presentes. Nesse sentido, as formas de grandeza não constituem uma qualidade intrínseca e não são, por isso, diretamente observáveis. No entanto, os princípios que presidem à definição de uma grandeza e à sua ordenação encontram-se objetivados em dispositivos de avaliação, constituídos por elementos como as regras, os diplomas, os códigos, os utensílios, os edifícios ou máquinas (Boltanski e Thévenot, 1991: 179). Através deles, os atores sociais reconhecem as situações em que se encontram, identificando a ordem de grandeza adequada à avaliação de sujeitos e de objetos e à coordenação da ação. São esses dispositivos que se assumem como os referentes estáveis das respetivas ordens de grandeza e das avaliações e qualificações operadas por ela.

Boltanski e Thévenot identificam diferentes ordens de grandeza que foram sendo constituídas historicamente – a ordem da inspiração, a ordem doméstica, a ordem cívica, a ordem da reputação, a ordem do mercado e a ordem industrial. Descrevem-nas como incomensuráveis nos seus princípios de grandeza e, conseqüentemente, nas respetivas ordenações de sujeitos e objetos. Mas em todas é identificado um modelo comum – o modelo da cidade (*modèle cité*) –, envolvendo os dois pressupostos básicos já acima enunciados: a definição de um princípio geral de bem comum ou de humanidade; e o estabelecimento de uma ordem de grandeza face a esse bem comum. Esse modelo partilhado é observável nas situações concretas em que as ordens de grandeza operam através da consideração de um mesmo conjunto de recursos: os sujeitos; o repertório dos objetos e dos dispositivos; os qualificativos do estado de grandeza; e, por último, as relações entre os diversos entes pertinentes para a ordem (Boltanski e Thévenot, 1991). É a partilha de uma mesma configuração formal que explica a possibilidade da coexistência contígua dos diferentes regimes de coordenação e das respetivas ordens de grandeza na produção do mundo comum. Uma coexistência que evidencia a complexidade dos universos contemporâneos da ação, sustentados nas possibilidades que os atores sociais dispõem de mobilizar e interpolar lógicas de ação distintas mas que partilham estruturas formais comuns (Idem, 1999: 367). Considerar as propostas de Boltanski e Thévenot para

analisar a atividade dos campos culturais e dos respectivos mercados tem a principal vantagem de permitir ultrapassar o enfoque dicotômico de Bourdieu, centrado sobre duas ordens de legitimação e hierarquização: a ordem cultural e a ordem económica, e considerar a possibilidade de uma multiplicidade de ordens de grandeza aí operarem.

Na esteira dos diferentes autores convocados até aqui, propomo-nos, assim, pensar os campos culturais como esferas de atividade historicamente constituídas, campos organizacionais onde atuam diversos tipos de atores – empresas orientadas para a gestão da criação, empresas de produção distribuição e marketing ou organizações de autoregulação –, desenvolvendo atividades heterogêneas mas intrincadas e concorrenciais, convocando um conjunto distinto de lógicas de coordenação e de justificação articuladas de forma singular relativamente a outros campos da ação. A diversidade de lógicas está associada à multiplicidade de atividades que os bens ou obras culturais convocam desde a criação ao consumo e que Howard Becker tão bem identifica quando analisa os mundos da arte (Becker, 1982).

Nos campos culturais, onde a atividade central é a criação de obras de valor artístico e cultural, está necessariamente envolvido o regime e a ordem da inspiração, aquele que, nos termos de Bourdieu, se identifica com a lógica cultural específica. Esse regime tem por base o acordo sobre um princípio de grandeza que reconhece o valor do dom e da criatividade singular dos sujeitos, escapando a determinação da respetiva grandeza a quaisquer critérios objetivos de medida. Em seu lugar são atualizados princípios de equivalência paradoxais, fundados no reconhecimento da singularidade dos entes relevantes: os artistas e as suas obras. Os objetos e dispositivos que permitem identificar essa grandeza têm uma variedade limitada, envolvendo necessariamente o corpo e o espírito dos próprios sujeitos e outros elementos simbólicos que fazem perceber indiretamente essa grandeza, nomeadamente as suas obras.

Na medida em que a criação de obras de arte envolve múltiplas atividades, o regime da inspiração característico dos campos culturais coexiste com outros regimes de coordenação. Entre eles, o regime técnico-industrial, associado a muitas das atividades de produção e de suporte à criação cultural. Fundado sobre o valor da eficácia, do desempenho e da funcionalidade, a sua grandeza exprime-se através das qualidades performativas e das competências profissionais dos atores, materializando-se numa ampla pletora de recursos acionados nas atividades produtivas: matérias-primas, equipamentos e instrumentos, procedimentos técnicos, protocolos organizativos e linguagens. É na relação com essa panóplia de dispositivos que são evidenciadas as competências técnico-produtivas dos atores, com base nas quais estes são avaliados e qualificados, dando forma a uma ordem técnico-industrial.

Por seu lado, a transação mercantil das obras culturais permite reconhecer a pertinência de um outro regime de coordenação das ações culturais. Trata-se do regime de mercado, cuja lógica de qualificação e ordenação de atividades e de obras, consideradas escassas e de propriedade alienável, se funda no valor do desejo pela sua posse. A competição gerada entre os indivíduos que procuram a propriedade dos mesmos bens é a expressão da intensidade desse desejo, materializada no mecanismo de definição de preços. A grandeza dos bens é medida pelo seu potencial de venda/compra no mercado, expresso no preço que revela esse potencial. A grandeza dos atores é medida através das riquezas que lhes permitem adquirir e possuir os bens desejados e cobiçados por outros, enquanto a dos objetos ou obras é o reflexo da anterior. A escala de ordenação da grandeza dos objetos e dos atores é, pois, uma escala monetária à qual está associado um conjunto de dispositivos e de agências de medição e cálculo. A importância da ordem do mercado no contexto do campo cultural exprime-se no crescimento dos mercados da cultura onde concorrem um número crescente de produtores, de serviços e de bens culturais, disputando entre si a atenção de um conjunto potencial, mas limitado, de compradores e de vendedores.

A dinâmica dos campos culturais envolve também aspetos que dizem respeito à reputação dos seus entes, principalmente os artistas. A reputação assenta num princípio de valor que não se confunde com o das outras ordens, pois não pode ser estabelecido por referência a propriedades ou a competências próprias dos entes, nem à cobiça sobre a sua posse. O valor de renome é de natureza relacional, envolvendo o reconhecimento do valor simbólico de cada ente por aqueles com quem se relaciona. É a opinião dos outros acerca de um ator ou de uma obra que estabelece a sua grandeza e define o princípio da equivalência entre os sujeitos, expressando-se em padrões de celebridade, reputação, visibilidade e, por isso, todos os sujeitos são suscetíveis de aceder a esse estágio de grandeza. Os principais dispositivos do acordo e da ordem são, neste caso, aqueles que estabelecem a relação entre um sujeito e os seus admiradores, podendo envolver outros intermediários, como os líderes de opinião, os jornalistas, os comentadores, os responsáveis pela seleção de artistas ou obras, os gestores de carreiras, os relações públicas ou os publicitários. E o repertório de objetos e de dispositivos técnico-materiais que operacionaliza esta forma de grandeza é muito amplo. Pode incluir o estabelecimento de nomes, assinaturas, marcas, etiquetas e mobiliza seguramente múltiplos dispositivos de comunicação e uma panóplia de objetos como as brochuras, as *newsletters*, os audiovisuais, os slogans ou os spots publicitários, mas também as listas ou tops de celebridade, entre outros.

A coordenação das atividades dos campos culturais convoca ainda um regime de justificação suportado por uma ordem cívica, dependente de um acordo geral e abstrato sobre o bem comum a todos os que nele intervêm. Esse regime implica o desenvolvimento de dispositivos de participação e definição coletiva do interesse comum e de mecanismos para a respetiva aplicação e proteção. A ordem de grandeza dele decorrente estabelece-se através da participação nesses dispositivos e no respeito pelos seus ditames. A ordem cívica é a que subjaz ao funcionamento dos Estados modernos e manifesta-se nas diferentes políticas públicas que têm incidência sobre os domínios da cultura, nomeadamente, as que dizem respeito ao reconhecimento das formas de propriedade ou de direitos associadas à produção e comercialização de atividades e bens culturais. Ela está igualmente subjacente às instituições, públicas ou privadas, cuja função é proteger e regular o interesse comum de diversos atores no campo.

Contrariamente ao que Bourdieu defende, a mobilização dos contributos de Boltanski e Thévenot permite-nos sustentar uma tese que define os campos culturais como universos de atividade onde coexistirem diferentes dispositivos de coordenação e de grandeza que permitem ordenar distintamente os objetos, as atividades e os atores culturais, dando origem a várias hierarquias coexistentes. A reprodução das diferentes hierarquias e, portanto, a sua consistência temporal depende da contínua renovação dos acordos entre os atores dos campos culturais quanto aos princípios de grandeza a mobilizar nos múltiplos contextos de atividade que fazem a vida dos campos.

A operacionalidade de cada um dos regimes e respetivas ordens de grandeza no quadro dos campos culturais não se desenvolve, necessariamente, de forma equivalente no espaço ou no tempo, dando matizes distintos às suas histórias específicas e aos seus espaços próprios. Até porque, por definição, os regimes e as ordens são instáveis, envolvendo uma contínua atualização na atividade dos campos. Essa incessante solicitação de acordo sobre as ordens de grandeza pertinentes para a fluência das ações culturais sustenta um jogo de disputa continuado em torno da avaliação dos objetos, das atividades e dos atores culturais. Apesar da sua expectável reprodução, em algumas situações esse acordo não é alcançado, gerando situações de impasse designadas como *situações críticas de incerteza* (Boltanski e Thévenot, 1999; Thévenot, 2002) durante as quais se abrem oportunidades de controvérsia que podem assumir tonalidades mais ou menos radicais, consoante a razão dos desacordos. Estes podem resultar de uma dissensão em torno do teste de grandeza dos seres, revelando problemas de entendimento sobre a operacionalização das ordens de grandeza. Ou podem decorrer de

desacertos sobre os próprios princípios de bem comum e de grandeza mais adequados, gerando controvérsias que expõem o caráter incomensurável dos regimes de coordenação e das ordens de grandeza. Em ambos os casos, o desacordo que resulta destas situações abre as portas à crítica e instala incerteza quanto às ordens de grandeza prevalentes em alguns contextos de atividade.

A referência às economias da grandeza e aos seus regimes de justificação parece, assim, não apenas ser adequada para dar conta de campos culturais que são hoje extremamente complexos, articulando modos de produção, de troca e de apreciação culturais bastante heterogêneos, mas também para dar conta da diversidade das disputas e das críticas que atravessam esses campos e que produzem transformações nos regimes de acordo subjacentes à atividade nos domínios da arte e da cultura.

Quando o objeto de investigação são as indústrias culturais, o cruzamento dos quadros analíticos das teorias dos campos e das economias da grandeza torna-se ainda mais profícuo. Na perspectiva bourdieusiana sobre o campo cultural, o universo da grande produção reduz-se simplesmente ao domínio das lógicas económicas capitalistas em detrimento das lógicas estritamente culturais. No entanto, se recorrermos aos contributos das teorias de inspiração institucionalista, podemos equacionar esses subcampos como campos organizacionais cuja institucionalização envolve a constituição de mercados, de acordo com lógicas que ultrapassam a luta pela conquista de fatias do mercado e a busca da acumulação. Nesse contexto, a mobilização do quadro conceptual formulado por Boltanski e Thévenot é particularmente profícuo, pois permite dar continuidade ao enquadramento analítico proporcionado pela teoria dos campos. Por um lado, permite dar maior densidade à análise da diversidade de disputas e dos correlativos entendimentos estabelecidos entre as organizações concorrentes no campo e, em consequência, à problematização das hierarquias daí decorrentes. Por outro lado, contribui para uma reflexão mais atenta sobre a multiplicidade de dispositivos técnico-humanos que operacionalizam e suportam esses acordos e dão consistência às relações entre as organizações no contexto dos campos e dos seus mercados.

3. Concluindo – uma referência à indústria da música gravada

A pertinência desta tese salta à evidência quando nos afastamos da referência mais abstrata aos campos culturais ou às indústrias da cultura e nos situamos face a uma arena específica e a um contexto sócio histórico particular, como sejam, por exemplo, os da produção de música gravada (Abreu, 2010).

A análise dos processos de constituição e desenvolvimento do campo fonográfico, ao longo do século XX, coloca de imediato em evidência a diversidade de exigências enfrentadas pelas companhias, no sentido de uma procura contínua de coordenação das suas atividades em planos distintos. Desde logo, no plano técnico-industrial com base no qual a indústria fonográfica se afirmou como campo de atividade. Nesse plano se disputaram os modos de coordenação relativos às técnicas de registo e de reprodução sonoras e aos correspondentes equipamentos e suportes. Mas também no plano do desenvolvimento dos mercados, assentes sobre acordos de definição e regulação de direitos de propriedade, de partilha e concorrência territorial, de modalidades e de circuitos de comercialização ou de estabelecimento de preços. A regulação deste campo e mercado envolveu a ação dos estados na definição das regras de propriedade dos autores e, mais tarde, nos direitos das companhias, dos produtores e dos intérpretes, bem como a constituição de instituições de autorregulação dos seus intervenientes.

Para além destes aspetos, aparentemente mais evidentes, a indústria fonográfica confrontou-se ainda com a necessidade de coordenar os seus modos de atuação no que concerne aos mecanismos de reputação associados à visibilidade pública das organizações, das suas atividades e dos seus protagonistas. Fala-se aqui dos mecanismos de promoção das etiquetas, dos catálogos, dos fonogramas e dos artistas e dos dispositivos de aferição das respetivas reputações, que compõem a gigantesca máquina promocional das companhias fonográficas e os meios de comunicação a que se dirigem. Por último, as companhias tiveram de agir no domínio artístico, desenvolvendo estratégias de constituição e definição dos repertórios musicais registados, gerindo as relações com uma pluralidade de artistas mais ou menos diretamente envolvidos na criação e na performance musical e dando forma a um conjunto variado de novos objetos culturais, os fonogramas.

Em suma, tomar em consideração a diversidade dos planos da ação e dos modos de coordenação envolvidos no domínio das atividades fonográficas permite, em primeiro lugar, evitar o reducionismo economicista a que somos conduzidos pelos pressupostos analíticos da teoria do campo cultural de Bourdieu ou ainda pelas abordagens da economia da cultura. Em segundo lugar, permite ultrapassar o défice de conceptualização dos ‘subcampos da grande produção cultural’, assumindo-os como campos culturais de corpo inteiro, nos quais operam diversos regimes de ação e lógicas de justificação e ordenação, tal como acontece no “subcampo da produção restrita”. Em terceiro lugar, esta opção contribui para a ponderação dos efeitos da incerteza e da crítica gerados pela atualização contextual das lógicas do acordo

e da justificação e pela respetiva incomensurabilidade, permitindo dar conta de períodos históricos de transformação tanto dos campos organizacionais, como dos mercados e das próprias atividades de produção e consumo cultural, como o que tem sido vivido na indústria fonográfica desde o final do século XX.

De facto, o surgimento do sistema digital de registo e reprodução de sons e imagens desencadeou uma pluralidade de transformações técnicas e tecnológicas que se articularam com transformações nos processos de criação e consumo, em mudanças profundas nos mercados e em disputas sobre os quadros legais que regulam direitos de autor e direitos conexos. Esse conjunto articulado de mudanças gerou dúvidas e hesitações das grandes companhias (as dominantes) que, na última década do século XX, ainda lideravam a definição das regras e padrões de (re)produção e distribuição fonográfica, e impunham os modelos convencionais de criação e produção musical. Esse desentendimento sobre as formas de coordenação da ação e de ordenação relativamente aos fonogramas, aos artistas, aos dispositivos legais e mercantis e aos consumidores gerou uma crise e abriu portas à entrada de novas organizações na disputa do mercado (particularmente na distribuição e venda), à redefinição de princípios de referência comum e de grandeza e, portanto, ao reposicionamento dos diferentes atores organizacionais e não organizacionais no campo. Mudanças que alteraram radicalmente o campo da música gravada, de tal forma que Phil Hardy as identifica como uma revolução, lançando mão de uma analogia com o conceito proposto por Thomas Khun para descrever as transições paradigmáticas na história das ciências (Hardy, 2012: XVI).

Bibliografia

- ABREU, Paula (2010), *A Música entre a arte, a indústria e o mercado*. Tese de doutoramento. Disponível em: <https://estudogeral.sib.uc.pt/jspui/bitstream/10316/13832/1/Tese%20Paula%20Abreu%202010.pdf>.
- ADORNO, Theodor W. e HORKHEIMER, Max [1944] (1997), *Dialectic of Enlightenment*. Londres e Nova York: Verso.
- ANAND, Narasimhan e PETERSON, Richard A. (2000), "When Market Information Constitutes Fields: Sensemaking of Markets in the Commercial Music Industry", *Organization Science*, Vol. 11, N°3, pp. 270-284.
- BECKER, Howard (1982), *Art Worlds*. Berkeley, Los Angeles and London: University of California Press.
- BOLTANSKI, Luc e THÉVENOT, Laurent (1991), *De la justification. Les économies de la grandeur*. Paris: Éditions Gallimard.
- BOLTANSKI, Luc e THÉVENOT, Laurent (1999), "The Sociology of Critical Capacity", *European Journal of Social Theory*, vol. 2, n° 3, 259-377.

- BOURDIEU, Pierre [1983] (1993a), “The Market of Symbolic Goods”, in *The Field of Cultural Production. Essays on Art and Literature*. Cambridge e Oxford: Polity Press (editado e com introdução de Randal Johnson), 112-141.
- BOURDIEU, Pierre [1983] (1993b), “The Field of Cultural Production, or: The Economic World Reversed”, in *The Field of Cultural Production. Essays on Art and Literature*. Cambridge e Oxford: Polity Press (editado e introdução de Randal Johnson), 29-73.
- BOURDIEU, Pierre [1992] (1996), “O ponto de vista do autor. Algumas propriedades gerais dos campos de produção cultural”, in Pierre Bourdieu, *As regras da arte. Gênese e estrutura do campo literário*. Lisboa: Presença, 246-320.
- BOURDIEU, Pierre [1972] (2002), *Esboço de uma teoria da prática. Precedido de três estudos de etnologia Kabila*. Oeiras, Celta.
- BOURDIEU, Pierre [2000] (2006), *As estruturas sociais da economia*. Porto: Campo das Letras.
- DiMAGGIO, Paul e POWELL, Walter W. (1991), “The Iron Cage Revisited. Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields”, in Walter W. Powell e Paul DiMaggio (eds), *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. Chicago: University of Chicago Press, 63-82.
- FLIGSTEIN, Neil (2001), *The Architecture of Markets. An Economic Sociology of Twenty-First-Century Capitalist Societies*. Princeton e Oxford: Princeton University Press.
- FOURCADE, Marion (2007), “Theories of Markets and Theories of Society”, *American Behavioral Scientist*, Vol. 50, N° 8, 1015-34.
- GUERRA; Paula (2010), *A instável leveza do rock. Gênese, dinâmica e consolidação do rock alternativo em Portugal*. Tese de doutoramento, 3 volumes. Disponível em <http://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/56304>
- HARDY, Phil (2012), *Download! How Internet Transformed The Record Business*. Londres, Nova York, Paris; Copenhaga, Berlim, Madrid and Tóquio: Omnibus Press.
- HENNION, Antoine (1993), *La passion musicale. Une sociologie de la médiation*. Paris: Éditions Métailié.
- HOGDSON, Geoffrey M. [1988] (1994), *Economia e Instituições – Manifesto por uma economia institucionalista moderna*. Oeiras: Celta Editora.
- LEBARON, Frédéric (2003), “Pierre Bourdieu: Economic Models Against Economism”, *Theory and Society*, 32, 551-565.
- O’CONNOR, Alan (2008), *Punk Record Labels and the Struggle for Autonomy*. Lanham: Lexington Books.
- THÉVENOT, Laurent (2001), “Organized Complexity. Conventions of Coordination and the Composition of Economic Arrangements”, *European Journal of Social Theory*, 4 (4), 405-425.
- THÉVENOT, Laurent, 2002, “Conventions of Coordination and the Framing of Uncertainty”, in Edward Fullbrook (ed), *Intersubjectivity in Economics. Agents and Structures*. Londres e New York: Routledge, 181-197.
- THROSBY, David, 2001, *Economics and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press.