



TÁTICAS DE REAÇÃO E SUBSITENCIA – PRÁTICAS COLABORATIVAS DA ARTE CONTEMPORÂNEA

Alexandre Nicolodi. UFRGS

RESUMO: Este artigo pretende analisar como as iniciativas coletivas de artistas gestores de espaços de arte (dos anos 2000 até hoje) afetam as convenções pré-estabelecidas de relações de poder, legitimação e comercialização da Arte dentro do atual contexto de mudanças político-sociais. Transformações que geraram, e ainda geram alterações na forma das relações entre *produtor - produto - consumidor*, e como reagem a tais iniciativas as transações (sejam de valor simbólico ou monetário) no mundo das Artes. Novos modelos de produtores de cultura estão surgindo. Mudanças na forma de relações entre *produtor - produto - consumidor* já ocorreram em outros diversos campos da cultura.

Palavras-chave: Iniciativas de artistas. Práticas colaborativas. Artistas gestores. Autonomia. Sistema.

ABSTRACT: *This article seeks analyze how the collective initiatives of artists managers of art spaces (from the year 2000 until nowadays) affect the pre-established conventions of relations of power, legitimacy and commercialization of art within the context of current political and social changes. Transformations that produced, and still generate changes in the shape of relations between producer - product - consumer, and how they react to such initiatives the transactions (whether symbolic or monetary value) in the world of Arts. New models of cultural producers are emerging. Changes in the shape of relations between producer - product - consumers have occurred in many other fields of culture.*

Key words: *Artist's initiatives. Collaborative practices. Artists managers. Autonomy. System.*

No decorrer da última década pôde-se observar algumas mudanças no campo das artes no que se refere à atuação dos artistas e demais personagens do meio. Consolidou-se uma prática de sobrevivência frente ao sistema, a criação de espaços autogestionados pelos artistas (contando por vezes com a colaboração de pessoas de outras áreas afins). Tais iniciativas têm por objetivo afirmar (ou talvez caracterizar) a autonomia da arte, principalmente no que diz respeito à autonomia dos produtores de arte, gerando assim novos paradigmas para o campo já consolidado. Não se pode falar de mudanças na forma de atuação, ou de posicionamento dos artistas (produtores) sem levar em consideração o atual contexto de mudanças socioeconômicas, políticas e dos meios de comunicação (principalmente com a evolução da internet nos últimos dez anos). Estas alterações

permitem aos artistas passar a agir de forma mais atuante no sistema das artes – por acabarem assumindo um papel de gestores de espaços (de arte e/ou para a arte) - obtendo outra forma de inserção no campo e configurando, assim, seu novo lugar no sistema das artes. Não estaríamos aqui falando de algo semelhante ao que trata Homi K. Bhabha no que diz respeito ao terceiro espaço, o local onde ocorrem as negociações entre dominador e dominado?

Para romper com a autonomia da arte livre deve-se remover uma das máscaras do livre comércio. Ou, para colocar o contrário, se o comércio livre é para ser abandonado como um modelo de desenvolvimento global, assim deve o seu aliado, arte livre.

(Stallabras, 2006 p.135 – livre tradução)

O fenômeno de artistas gestores de espaços coletivos é algo que vem ocorrendo no mundo inteiro de maneira cada vez mais ampla, e vem ganhando mais força com o passar dos anos e com o sucesso de algumas iniciativas. Assim sendo, o artista, hoje, passa a discutir o campo da arte através da criação e gerenciamento de novos espaços independentes autogestionados. Podemos aqui entender o termo "espaço" tanto num sentido físico - um local onde determinadas ações acontecem (tais como galerias, ateliês com espaços mistos para exposições e cursos, revistas e editoras, produtoras culturais e etc). - quanto num sentido virtual (internet), ligado a uma determinada "estratégia", ou seja, o artista não se restringe mais a somente produzir arte, mas também a controlar as formas de difusão e consumo de sua produção. Ou seja, o artista passa a gerir de forma mais direta a sua própria rede.

Aspirar autonomia significa um desejo pela liberdade criativa e de movimentos. É não querer inscrever-se socialmente pelas regras já instituídas e tampouco no sistema artístico através apenas dos meios que ele prescreve. (Paim, 2012 p.188)

Outro fator relevante desta forma de atuação é a ação coletiva. A grande maioria das iniciativas criadas por artistas para suprimento das demandas do campo é gerida por dois ou mais indivíduos (isto para não dizer todas!). Nem sempre somente artistas compõem tais iniciativas, é muito comum que sejam grupos multidisciplinares, por assim se dizer, compostos por pessoas de diversas áreas de atuação. “Estes modos de fazer instauram uma diferença, pois desde seu princípio básico, a própria formação associativa, se apresentam como tática antagônica ao crescente isolamento e processo de individualização do homem contemporâneo,

capturado pelo capitalismo globalizado. Mas não devem ser vistos como propositores de grandes rupturas ou revoluções” (Paim, 2012 p.187).

Sylvie Coellier busca uma explicação para este fator, ao afirmar que [...] “é preciso estar mais sólido para se impor em uma cena artística globalizada. Além do mais, o mercado de arte revelou que, até certos pontos, bons artistas são também bons negociantes. Isso aumentou a tensão dos outros que se defendem melhor a dois. Encontramos aqui, a mudança mais importante: a globalização econômica e a rapidez de propagação do digital que intensifica a pressão” (Coellier, 2012 p.185). Ou seja, os artistas estão se adaptando às novas necessidades e às novas imposições do capitalismo.

Com isso, novos modelos de produtores de cultura (em suas diversas áreas) estão surgindo, trazendo mudanças na forma de relações entre *produtor - produto - consumidor*. Como o *mercado e o Sistema das Artes* reagem a tais alterações?

Anne Cauquelin (2005), ao falar do regime – por ela chamado - da comunicação, relaciona o papel de cada um dos atores deste sistema revelando suas formas de adaptações às novas estruturas socioeconômicas, resultando numa mistura de papéis onde produtor, distribuidor e consumidor, não mais possuem atividades específicas.

A partir da redefinição do artista como produtor (Benjamin e os construtivistas) trabalha-se considerando o processo de produção – circulação – consumo. Recentemente as modificações do pensamento econômico conduzem a uma concepção não substancialista, na qual importa a valorização tanto material como simbólica do ciclo econômico. (Canclini, 2012 p.49)

Como dito anteriormente, está sendo cada vez mais comum o surgimento de iniciativas de artistas dispostos a mudarem o cenário do campo das artes e buscarem sua inserção através do suprimento de uma demanda específica de um nicho, seja esta uma demanda por novos espaços de exposição, circulação ou discussão de arte. Esses trabalhos/espacos discutem a própria estrutura da produção nos moldes do circuito e do mercado de arte. Sua forma de organização é independente e, para cada ação ou conjunto de ações, os coletivos buscam patrocínio (de forma direta ou através de editais e de iniciativas público-privadas), oferecendo cursos, vendendo trabalhos ou realizando serviços como

ilustração, *design*, vídeo etc.. Esta autogestão elimina por vezes a figura do curador, personagem cujo poder seletivo e decisório cresceu muito nos últimos anos, adquirindo uma função de autoridade centralizadora no sistema das artes.

A desigualdade na produção, na distribuição e no acesso aos bens culturais não se explica como simples imperialismo ou colonialismo cultural (embora subsistam esse comportamentos), mas pela combinação de processos expansivos, exercícios de dominação e discriminação, inércias nacionalistas e políticas culturais incapazes de atuar na nova lógica dos intercâmbios. (Canclini, 2012 p.185)

Estas mudanças não ocorreram ao acaso! Desde meados da década de 1980 (década de 1990, no Brasil) o poder público passou a dispende menos e menos capital para a cultura, criando Leis de Incentivo Fiscal e outras formas de trazer as empresas privadas a patrocinarem de forma direta e “pesada” a produção artística. Ou seja, as empresas privadas têm seus interesses e acabam por criar critérios que se adequem a eles, projetos artísticos que saiam desta linha acabam por ter pouca, ou nenhuma, chance no *mainstream*. Ou seja, as grandes companhias buscam associar suas marcas com uma ideia já pré-estabelecida pensando na circulação globalizada das artes e de seus produtos.

Como *commodities* tornaram-se mais cultural, a arte tornou-se ainda mais mercantilizada, como seu mercado tem se expandido e como ele se tornou cada vez mais integrado no âmbito geral da atividade capitalista. [...] O resultado é uma atitude para a arte que é semelhante à atitude das pessoas em relação às *commodities*, que fingem ser nada menos do que a arte. No entanto, este não é um desenvolvimento histórico irreversível ou inevitável, nascido da essência revelada de arte e mercadoria, mas um que é ligado ao ritmo ascendente e descendente do ciclo econômico, e usufruídos apenas por aqueles ricos o suficiente para consumir conspicuamente. (Stallabras, 2006 p.55 – livre tradução)

Com isto em mente podemos entender o porquê dos artistas buscarem seus espaços e afirmação coletivamente e de forma independente.

Voltando à Cauquelin, podemos colocar que estes novos espaços geridos por artistas só podem “sobreviver” se mantiverem uma rede. Nessa rede complexa de comunicação, os atores mais ativos são os que possuem a maior quantidade de informação e, de preferência, adquiridas no menor espaço de tempo possível. Para a autora uma das diferenças entre os dois regimes (Arte Moderna – regime do Consumo e Arte Contemporânea – regime da Informação) está no espaço entre o criador e seu público, sendo perceptível que na arte contemporânea os dois se

aproximam, interagem e que, quanto maior for a rede de comunicação dos produtores, maior o resultado para o artista (Gasparetto, 2012 p.229).

Talvez seja possível afirmar que a internet (como uma ferramenta que facilita não só a comunicação, mas também gera a possibilidade de veicular imagens - fixas e em movimento - e de interação até então desconhecida) possa ser o grande diferencial de nosso período (primeira década do século XXI), afinal o uso, o consumo e a circulação das informações e produtos disponibilizados e gerados na internet têm alterado os modelos econômicos mundiais e gerado novas discussões acerca da produção cultural como um todo. Sabendo-se das diferenças entre produtos da cultura de distintas “áreas” (como música, cinema, literatura e etc.), o modelo de iniciativas aqui citadas poderiam acompanhar tais mudanças?

Em vez de propor uma dissolução da arte no desenho, na política, no mercado de bens de distinção ou na cultura popular [...] interessa-me entender as mudanças na atuação dos artistas e demais participantes do campo, a construção de redes que ultrapassam os campos e seus comportamentos variáveis. (Canclini, 2012 p.235)

Por certo, a internet não é o único diferencial presente nesta questão. É importante também ressaltar o modo como o sistema de artes (ou o circuito de arte, com seus mecanismos de reconhecimento, legitimação e consagração de um artista) tem se modificado (ou em processo de modificação). Até certo momento da história da arte as relações de poder simbólico estabelecidas se davam de uma determinada forma (na linha analisada por Bourdieu em sua noção de 'campo artístico', ou seja, um espaço de disputa entre os diversos agentes da arte pelo poder de legitimação. Poder baseado no acúmulo e articulação de capitais: social, econômico e cultural) e agora (nos últimos anos), com o protagonismo de novos agentes parece que esta estrutura conhecida e digamos 'confiável' de reconhecimento/consagração se desmantelou, implodiu ou foi explodida. Os artistas não podem mais esperar que 'alguém' (o museu, a história da arte, a crítica, o mercado, a academia) venha reconhecê-los e consagrá-los. Será preciso construir este reconhecimento com as próprias mãos... Mas quem seriam estes “novos agentes protagonistas”?

Com tudo isto, o que queremos reafirmar é a existência e a importância das estratégias coletivas de artistas que atuando vão forçando, mesmo que com

dificuldades e lentamente, um redimensionamento para o sistema das artes e outra dinâmica ao seu funcionamento. (Paim, 2012 p.122)

Em resumo, sim, parece que está ocorrendo uma mudança no modo de funcionamento do sistema de artes, afetando os mecanismos de reconhecimento e consagração. E talvez, a necessidade que leva artistas a criarem seus próprios espaços faça parte deste processo...

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W. **Indústria Cultural e Sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

ARCHER, M. **Arte contemporânea. Uma História Concisa**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

BENJAMIN, Walter. **O autor como produtor**. In: **Magia e técnica, arte e política. Ensaio sobre literatura e história da cultura**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1987.

BHABHA, Homi K. **O bazar global e o clube dos cavalheiros ingleses**. Rio de Janeiro: Rocco, 2011.

_____. **O Local da Cultura**. Belo Horizonte: UFMG, 1998.

BOURDIEAU, Pierre. **A Economia das Trocas Simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1987.

_____. **O Poder Simbólico**. São Paulo: Bertrand Brasil, 2000.

BOURRIAUD, Nicolas. **O que é um artista (hoje)?** In: **Arte e Ensaio**, Rio de Janeiro, n.10, 2003.

CANCLINI, Néstor G. **A Sociedade sem Relato: Antropologia e Estética da Iminência**. São Paulo: Edusp, 2012.

CAUQUELIN, Anne. **Arte Contemporânea, uma introdução**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

_____. **Frequentar os Incorporais - Contribuição a uma Teoria de Arte Contemporânea**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

_____. **No ângulo dos mundos possíveis**. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

COELLIER, Sylvie. **Modificações aparentes nas artes plásticas desde o ano 2000**. In: **Revista Palíndromo** - UDESC, Santa Catarina, n.06, 2012.

FREELAND, Cynthia. **Art Theory, a very short introduction**. Oxford: Oxford University Press, 2007.

GASPARETTO, Debora Aita. **Galerias virtuais de arte digital no ciberespaço: possibilidades para o sistema da arte contemporânea**. In: 19º Encontro da ANPAP, 2012.

LIND, Maria. **The Future is Here**. Disponível em <http://eipcp.net/policies/cci/lind/en> - acesso em 16/03/2013.

MOULIN, R. **O mercado de arte. Mundialização e novas tecnologias**. Porto Alegre: Zouk, 2007.

NETO, José Teixeira Coelho. **Dicionário Crítico de Política Cultural**. São Paulo: Iluminuras, 1997.

PAIM, Claudia. **Táticas de artistas na América Latina: coletivos, iniciativas coletivas e espaços autogestionados**. Porto Alegre: Editora Panorama Crítico, 2012.

STALLABRASS, Julian. **Contemporary Art, a very short introduction**. Oxford: Oxford University Press, 2006.

WU, Chin-Tao. **Privatização da cultura: a intervenção corporativa nas artes desde os anos 80**. São Paulo: Iluminuras, 2006.

Alexandre Nicolodi

Mestrando pelo PPGAV/UFRGS na área de concentração em História Teoria e Crítica, na linha de pesquisa Relações Sistêmicas da Arte, sob orientação da Prof^a. Dr.^a Ana Maria Albani de Carvalho. Graduado em Artes Visuais, ênfase em escultura, pela UFRGS em 2009.