



OS PINTORES DE DAFEN: A ILUSÃO DE AUTENTICIDADE COMO FANTASIA COMPARTILHADA ENTRE ORIENTE E OCIDENTE

Jacqueline Belotti. UFES

RESUMO: O texto apresenta uma reflexão sobre o fenômeno dos pintores de Dafen, conhecida como a cidade dos produtores de réplicas de obras-primas, situada a 30 quilômetros de Hong Kong. Aborda a imagem que produzem e defendem como sendo uma pintura a óleo real e não uma cópia, problematizando essas concepções para as culturas do Oriente e do Ocidente, apontando as inter-relações do mundo globalizado. Interroga quais as condições desse novo sistema de produção e circulação e o que está em jogo nesta estrutura de signos, estabelecendo vínculos com essa sociedade. Investiga o jogo paradoxal entre cópia e original que esses artistas promovem colocando em causa o próprio conceito de autenticidade.

Palavras-chave: globalização, mercado de arte, autenticidade.

ABSTRACT: *The paper presents a reflection on the phenomenon of Dafen painters, known as the City of producing replicas of masterpieces, located 30 kilometers from Hong Kong. Addresses the image they produce and defend as a real oil painting not a copy, discussing these concepts into the cultures of East and West, showing the interrelationships of the globalized world. Interrogates the conditions of this new system of production and circulation and what is at stake in this structure of signs, establishing links with that society. Investigates the paradoxical game between original and copy promoted by these artists, putting into question the very concept of authenticity.*

Keywords: *globalization, art market, authenticity*

Dafen é um pequeno subúrbio da cidade chinesa de Shenzhen, situada a 30 km de Hong Kong, onde mais de 10 mil pintores se dedicam a realizar cópias de quadros, em escala industrial, para todo o mundo. Os artistas, em sua maioria escolhidos entre os estudantes das Escolas de Belas Artes da China, produzem em torno de cinco milhões de telas ao ano. A cidade opera como uma fábrica, no estilo de produção fordista, com trabalho fragmentado, sem uso de tecnologia de ponta, copiando obras-primas de Picasso, Leonardo, Rafael, Van Gogh, Renoir ou qualquer outro artista conhecido para serem comercializados por preços médios de apenas 37 dólares, em uma das 1000 galerias da região ou em inúmeros sites de venda na internet.

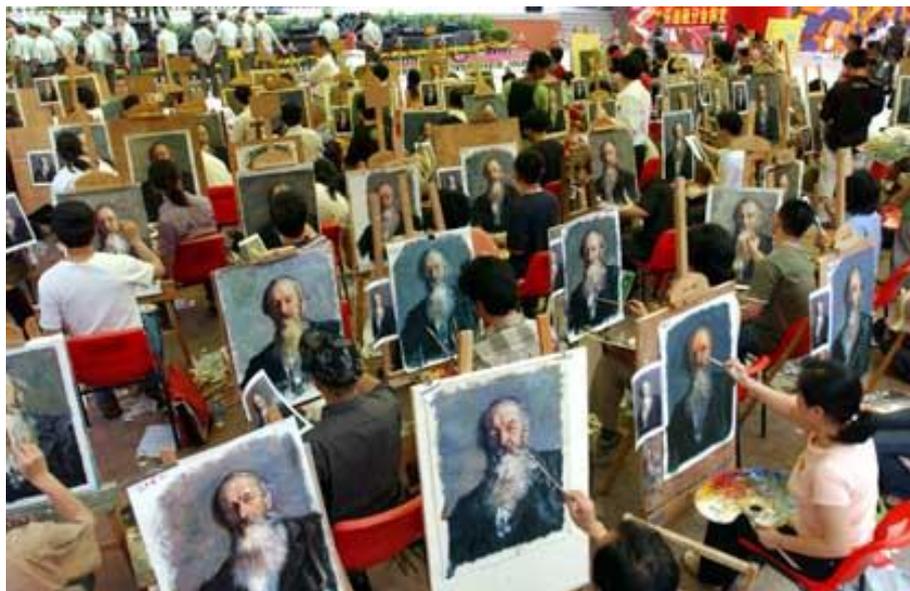


Figure 1. Oficina de pintura em Dafen, China. Fonte: própria

Tudo começou nos anos 90, quando o empresário Huang Jiang, chegou a Dafen buscando um lugar onde pudesse atender aos milhares de pedidos de réplicas de pinturas famosas que recebia de grandes empresas americanas. Hoje, a maioria dessas pinturas é exportada para compradores da Europa e dos EUA, para abastecer as lojas de souvenirs de museus. Os pintores de Dafen não intencionam enganar, não disfarçam suas pinturas como trabalhos autênticos. Apresentam a imagem que produzem como uma pintura a óleo real e não uma cópia. São cem por cento pintadas por artistas especialistas chineses com tinta óleo sobre tela sem recorrer à técnica digital, são pinturas feitas à mão. As pinturas podem ainda ser produzidas em classes: alta, média e baixa qualidade, regulado pelo tipo de lona, de tinta, número de cores, composição da imagem e nível de detalhamento. O tempo despendido para a execução da obra também baliza essas categorizações porque, comumente, podem levar de 3 a 10 dias para concluir um trabalho, dependendo dos detalhes, camadas de tinta e número de cores empregadas. Os pintores realizam o que o público almejar. O interessado em comprar pode ainda enviar aos pintores suas próprias fotografias para serem executadas, - há relatos de que boa parte das obras vendidas na feira parisiense de artistas em Montmartres é proveniente da China.

Walter Benjamin não conheceu Dafen, mas esses artistas evocam e problematizam suas concepções, apontando para os constantes deslocamentos e

transições do mundo globalizado. Na tradição oriental da cultura milenar chinesa, qual é o significado da cópia e como refletir sobre esse dado hoje, implicando a mercantilização e a fetichização da arte decorrente da lógica do capitalismo global? Quais as condições desse novo sistema de produção e circulação e o que está em jogo nesta estrutura de signos, estabelecendo vínculos com essa sociedade? Como abordar os desdobramentos da cultura do consumo de massa para identificar a nova espécie de articulação que surge entre “arte e mercado”, “oriente e ocidente” e “periferia e centro”? Os pintores de Dafen promovem um jogo paradoxal entre cópia e original, colocando em causa o próprio conceito de autenticidade, não como nostalgia de algo perdido, mas evidenciando outra noção que contém múltiplas faces. Esses copistas recorrem aos ícones da cultura ocidental não para transmutá-los em signo contra-hegemônico ou símbolo de rebeldia, ou ainda para que representem autoafirmação, - numa operação inversa problematizam essas noções. A estratégia que empreendem ao lançar mão de ícones da elite cultural global reafirma esses mesmos valores do ponto de vista do excluído, de dentro do próprio sistema paralelo aí construído. Estas pinturas situam-se no campo da aparência, do significante, remetendo-nos, portanto, à ordem da sedução.

Seduzir os próprios signos é mais importante que a emergência de qualquer verdade, já que a sedução representa o domínio do universo simbólico, ao passo que o poder representa o domínio do universo real (BAUDRILLARD, 1992, p.33) ¹.

Baudrillard infere que todo discurso de sentido quer dar fim às aparências, mas esse é um projeto impossível, já que todo discurso está inexoravelmente entregue a sua própria aparência. Os copistas nos remetem à genealogia que Walter Benjamin aplica à obra de arte e ao seu destino, na qual identifica um percurso do seu valor ritual à forma cultural e estética, para em seguida assumir a configuração política, num incessante destino de reprodução técnica. E se a forma ritual, o sagrado, não se baseia na originalidade estética dos objetos de culto, de novo esse objeto se perde na forma cultural e estética numa multiplicação de objetos sem original.



Figure 2. Artistas copistas e suas obras, Dafen, China. Fonte: própria

Historicamente, na China, a originalidade é um conceito secundário, mas na atualidade a qual a sociedade chinesa impõe sua inserção nos fluxos globais, disputando o protagonismo no cenário mundial, a consequência óbvia é a pressão para a adoção dos princípios ocidentais de propriedade intelectual, e a revisão de sua noção de direito autoral. Coagido, o governo chinês legislou impedindo a venda de obras de pintores vivos, sendo que a fiscalização para as pinturas que violam a regra é aplicada sem muito empenho. Os copistas sabem que a posse dessas pinturas famosas comunica riqueza, o *status* social, o gosto, e ainda que essa posse é usada para transmitir uma infinidade de mensagens. A estratégia de replicar esses signos afirma que o valor de distinção – a função-signo das réplicas, não é o que mais motiva os consumidores. É o seu valor de signo de possuidor da obra, que passa a também significar posição social, prestígio e *status*. Se a cópia tem por função recriar distância, excluir a maioria incapaz de ter o original, e distinguir as classes privilegiadas que podem apropriar-se dele, as réplicas pretendem aniquilar essa possibilidade de distinção. Representam também uma declaração de afirmação aos valores nelas embutidos.

Conforme Gilberto Mariot (2013, p.4)², a resistência chinesa em se adequar as regras ocidentais que regulam o direito autoral privado remonta a antigas dinastias da história da China. Nessa cultura tradicional acredita-se que os indivíduos são obrigados a dividir suas criações com a comunidade. A busca pela

recompensa econômica era considerada como uma ameaça ao Estado e desencorajada. Novas idéias e tecnologias são consideradas como bens públicos. No mundo ocidental, a proteção autoral reflete basicamente as liberdades individuais e os aspectos financeiros do direito do autor. Mas na cultura da reprodução, originada no imaginário confucionista, e, portanto muito anterior à ascensão comunista na China, enfatiza o aprendizado pela cópia, o que era aplicado em todos os aspectos da vida, de modo que a cópia de obras de quase todos os tipos foi, por séculos, considerada como honrosa e necessária. O furto intelectual, conhecido no Ocidente, apresenta-se como um conceito relativamente novo para os chineses. Por outro lado, muitas invenções tidas como realizadas na Europa Ocidental foram na realidade herdadas e apropriadas dessa cultura. A invenção da pólvora, a bússola, o papel, a imprensa, o óculos, a bicicleta, o macarrão são alguns dos artefatos que transformaram a cultura ocidental, enquanto se alardeia que nada é criado na China. Os países ocidentais tratam do fenômeno da produção de cópias, na China, descontextualizada de seu passado e das condições culturais que a engendraram, e talvez de forma anacrônica em face da necessidade global de reconfiguração desses padrões, em decorrência dos recentes processos tecnológicos de reprodução digital e comunicação em rede, - eles põem em questão a possibilidade de se falar de uma arte autêntica ou autoral. A questão que se coloca é de como compreender essas pinturas no horizonte recente da China, no capitalismo global? Como ficam os direitos autorais e o que motiva a significativa demanda por réplicas desses quadros? Porque tantas pessoas ainda querem possuir uma dessas réplicas feitas à mão, um desses falsos “autênticos”?

Vivemos na sociedade da imagem e reproduções. Os pintores de Dafen instigam um debate perturbador ao realizarem reproduções, incansavelmente, extraindo o que acontece apenas uma vez. Revelam o jogo sutil e curioso entre o capitalismo e a tradição chinesa de desenvolver habilidades artísticas ao copiar obras. Os artistas chineses empregam seus corpos como ferramenta, dotados de habilidade adquirida em infatigável treinamento, para a submissão ao desejo clichê massificada pela mídia e cultura ocidental. Esses artistas reverberam o desígnio que lhes foi imposto, a parte que lhes coube no contágio e nas dinâmicas culturais das relações de interdependência entre esses dois grandes ecossistemas – Oriente e Ocidente, no território da arte. Satisfazem aos clientes de todo o mundo com

pinturas famosas copiados à mão, algo que para eles tem pelo menos em parte, as qualidades do original, - a aura do original, que por sua vez ganha novos significados. O surgimento desse peculiar mercado de cópias na China coincide no 'boom' dos museus de arte do mundo ocidental. O museu ganha complexidade e novos contornos, estando associados ao capital de grandes corporações, com grandes espaços de entretenimento e consumo para massas - as lojas que vendem produtos de grifes. A partir da década de 80 as transformações decorrentes dessa nova condição dos museus promovem apêndices em novas instituições, enquanto que o museu resurge como uma metáfora potente e como um meio por onde as sociedades representam as suas relações com a história que constróem e desta com outras culturas, - e claro, com o mercado. Conforme Suely Rolnik, o que se vende são imagens destas identidades/mercadorias que serão consumidas, inclusive, por aqueles de cuja medula subjetiva o capital se alimentou para produzi-las (ROLNIK, 2000)³.



Figure 3. Artista produzindo cópias em série, Dafen, China. Fonte: própria

Jean Baudrillard, tendo como inspiração a arte inaugurada com a cultura comunicacional - a *pop art*, atribui a fetichização das obras a um efeito de sua mercantilização. Para o autor, as obras transformadas em bens culturais, experimentam alterações de constituição, remetendo-nos a Theodor Adorno, que imputa ao consumo desconexo, a vulgarização e conseqüente destruição das obras. Adorno argumenta que os produtos culturais se regulam pelo princípio do seu valor de troca e não pelo seu próprio conteúdo, pois a prática global da indústria da

cultura transpôs o fator lucro, sem quaisquer reservas, para as formas culturais, e desde o momento em que estas, enquanto produtos sujeitos ao mercado se constituíram em 'ganha-pão' dos seus criadores, esse fator passou, em certa medida a estar presente nelas mesmas. Baudrillard acrescenta que na arte se exerce um poder, poder do valor, do objeto, da imagem, do signo, do simulacro, buscando revelar o universo fetichista da mercadoria-arte.

Estamos assistindo, além do materialismo mercantil, a uma semiurgia das coisas através da publicidade, da mídia, das imagens. Até o mais marginal, o mais banal, o mais obscuro estetiza-se, culturaliza-se, "musealiza-se", tudo é dito, tudo se exprime, tudo toma força ou modo de signo. O sistema funciona não tanto pela mais valia da mercadoria, mas pela estética do signo. (BAUDRILLARD, 1992, p.23) ⁴

Guy Debord, em meados dos anos 60 professa que a cultura tornada integralmente mercadoria deve também tornar-se a mercadoria vedete da sociedade espetacular. Mais recentemente, Frederic Jameson refere-se à transformação do econômico em cultural e do cultural em econômico, como um processo no qual as mercadorias são produtos culturais, não restando resistências significativas a essa massificação. Adverte que hoje a inovação cultural na cultura massificada do consumo é de fato reveladora da centralidade de determinada área, que se justifica na demanda mundial por pinturas de Dafen. Bourdieu define a oposição entre os simples comerciantes e os "criadores" autênticos, como parte da constituição de um sistema de defesa contra o 'desencantamento' produzido por um campo de produção erudita. O autor afirma não ser por acaso que a arte pela arte e a arte média – produzidas por artistas e intelectuais, caracterizam-se por uma mesma valorização da técnica que orienta a produção. Na arte pela arte, no sentido da busca do efeito (visto ao mesmo tempo como o efeito produzido sobre o público e como fabricação engenhosa), e, na arte média, no sentido do culto da forma pela forma.

A cultura média é objetivamente definida pelo fato de estar condenada a definir-se em relação à cultura legítima, tanto no âmbito da produção como no da recepção. Por essa razão, está impossibilitada de reivindicar sua autonomia, acrescenta o autor. (BOURDIEU, 1974, Pp. 99-181).⁵

A maioria dos pintores no mundo ocidental também começou a pintar copiando os grandes mestres das artes, esta é uma forma comumente aceita e efetiva para se desenvolver habilidades. É comum se ver pintores iniciantes em museus copiando esses mestres. Pierre Bourdieu traz luz ao entendimento da

dinâmica social, geradora do desejo por essas cópias, argumentando que a crença no caráter inato das “disposições cultivadas”, evidencia o papel primordial da inculcação familiar, relacionando a noção de capital econômico a de capital cultural. O autor denuncia o fato de que os museus, ao invés de serem instrumentos de democratização do acesso à arte, agravam a separação entre não conhecedores e iniciados. Identifica nessa estratégia a luta pelo monopólio do discurso legítimo sobre a obra de arte e, portanto, pela produção do seu valor.

Não nos é muito distante o tempo em que o ensino acadêmico de arte nas escolas ocidentais, incluindo o Brasil, se inspira nas academias européias e é concebido para atender a necessidade de formação erudita, sendo dominada pela tradição oficial. Aprendia-se em uma oficina suprida com cópias de gesso das esculturas dos grandes mestres da Grécia e de Roma Antiga e daqueles representantes do barroco, rococó e neoclássico europeu, que eram produzidas pelo Museu do Louvre e vendidas para as academias e liceus de todo o mundo. O conceito de arte vigente no período fundava-se na mimese, na cópia da natureza e das coisas, na verossimilhança. Desse modo os alunos eram conduzidos a exercitar a cópia em desenho e pintura de esculturas e pinturas. O aprimoramento dos estudos na Europa incluía a possibilidade de conhecer, estudar e copiar as obras de arte dos grandes mestres do passado, - o ápice da formação. Este método estendeu sua influência sobre todo o mundo ocidental ao longo de vários séculos, desde sua origem na Itália em meados do século XVI, e teve um impacto em várias sociedades não-ocidentais por conta das conquistas do colonialismo.

É intrigante conferir que se na Europa as academias nasceram para suplantar o sistema corporativo e artesanal das guildas medievais de artistas, e tinham como pressuposto básico a idéia de que a arte pode ser ensinada através da sua sistematização, minimizando a importância da criatividade como uma contribuição original e individual, os pintores de Dafen derivam de uma cultura e tradição completamente diversa para celebrar o mesmo princípio. Valorizam a cópia de mestres consagrados, - as escolas de arte servem para preservar tradições, e não para fundar novas. A diferenciação entre o propósito oriental e o ocidental acentua-se na medida em que as academias européias visam elevar o *status* profissional dos artistas, afastando-os dos artesãos e aproximando-os dos intelectuais. E claro, as academias tiveram um papel fundamental na organização de todo o sistema de arte,

além do ensino monopolizaram a ideologia cultural, o gosto, a crítica, o mercado e as vias de exibição e difusão da produção artística. Todavia, para os povos periféricos o apoio ao modelo acadêmico representava uma forma de demonstrar educação e adquirir prestígio social, pretendendo proximidade às elites culturais e políticas.



Figure 4. Galeria de réplicas de pinturas famosas, Dafen, China. Fonte: própria

A China não se enquadra nessa equação. O que os artistas trazem a tona é a controversa questão que envolve arte - valor e preço. Geralmente o conteúdo simbólico é fator determinante ao valorarmos essa troca, exceto nas réplicas explícitas. Para Jean Baudrillard a troca é como um jogo em que o dinheiro já não possui um valor fixo está sempre em circulação de acordo com a regra simbólica. Nessa regra, o dinheiro ganho não se torna um valor mercantil, mas entra no seio do próprio jogo, no qual existe uma circulação simbólica das coisas em que nenhuma tem qualquer individualidade separada, mas operam numa espécie de cumplicidade universal.

O objeto artístico, a obra de arte é valorizada pelo sistema de mercado através da fusão do seu valor econômico com o estético. Esta fusão remete o objeto estético para o mundo dos fetiches, dos objetos que inculcam em nós um poder mágico e, portanto, digno de culto - quanto mais caro, mais inacessível, mais digno de culto. (BAUDRILLARD, 1994, p. 103) ⁶

Essa relação é analisada por Pierre Bourdieu posicionando o artista num impasse. O surgimento do mercado de obras de arte promove profundas mudanças nas concepções sobre a arte, o artista e o seu lugar na sociedade. Nasce um público anônimo de “burgueses” e a aparição de métodos e técnicas tomadas de empréstimo à ordem econômica, como a produção coletiva e a publicidade para os produtos culturais. É nesta fresta do sistema que os artistas de Dafen operam.

(...) os sistemas simbólicos, que um grupo produz e reproduz no âmbito de um tipo determinado de relações sociais, adquirem seu verdadeiro sentido quando referidos às relações de força que os tornam possíveis e sociologicamente necessários (BOURDIEU, 1974, p.19)⁷

Seria possível pensar o fenômeno Dafen como um conluio entre Ocidente e Oriente na esteira da democratização do acesso à arte e a cultura? Bourdieu, ao explicitar os complexos mecanismos de poder que permeiam a construção dos valores simbólicos na contemporaneidade, define que esse campo apresenta duas vertentes – sendo elas: o campo de produção erudita e o campo da indústria cultural. A diferença básica entre os dois modos de produção se refere a quem se destinam os bens culturais produzidos. Assim, o campo de produção erudita destina a produção de seus bens a um público de produtores de bens culturais, enquanto o campo da indústria cultural os destina aos não-produtores de bens culturais, ou seja, a população em geral, aos consumidores das réplicas de Dafen. Desse modo é possível compreender o paradoxo que essas pinturas suscitam no sistema instituído entre bens artísticos que são acessíveis a todos e, simultaneamente, interditos à maioria das pessoas, como é o caso dos originais dessas pinturas famosas. Bourdieu tende a questionar as condições sociais do acesso à prática cultural, promotora de um mecanismo que obstrui a fruição e a apropriação, desmistificando a idéia de cultura como privilégio natural. Clifford Geertz amplia a noção ao inferir - o olhar que concebe a arte, e aquele que a frui é local e relativo ao seu tempo. ‘Um objeto de arte não possui valor ou sentido em si, mas em relação ao contexto cultural, aos seus diversos segmentos e fluxos.

Os pintores agem face à força desse sistema cultural, mas sem confrontá-lo. Michel de Certeau entende que as práticas do cotidiano (tal qual a ação dos copistas), desdenhadas por intelectuais dogmáticos e puristas, como “secundárias”, “sem importância”, constituem as mil práticas pelas quais usuários se apropriam do espaço social e seus produtos por meio de maneiras “quase microbianas”, que

proliferam no interior das estruturas do sistema, modificando seu funcionamento. Sabedoria, táticas, artes de fazer, maneiras de utilizar o sistema e suas imposições dogmáticas, constituem resistências ou ao menos “manobras” entre forças desiguais, afirma o autor.

Há maneiras de jogar e fazer de conta, jogar o jogo do outro (do sistema). Não se trata do cinismo, mas de apontar como, na vida cotidiana, os mais fracos empreendem seus combates – silenciosos e sem propósitos políticos bem aceitos – para virar as regras de um contrato coercitivo favorável apenas aos fortes. (CERTEAU, 2008, p. 270)⁸

As estratégias desses artistas se constroem nos processos de subjetivação por meio de estereótipos, que seriam a representação de uma diferença como processo de recusa, a qual Homi Bhabha distingue no modo de representação da alteridade. Bhabha destaca o estereótipo e a mímica como estratégia de conhecimento e identificação, um modo de representação complexo, ambivalente e contraditório, diz o autor, ao tratar da construção do sujeito no discurso e poder colonial. Esse sujeito dominado e seu dominador estão estrategicamente colocados no interior do discurso colonial, infere.

O pensamento que norteou a relação obra-público até bem recentemente, dava conta de que a “verdadeira obra de arte” tem aura, é original, autêntica, bela, e deveria, portanto, ser mantida em ambiente ideal e exposta em lugar adequado, para um público adequado. Esse posicionamento no campo cultural tornou-se anacrônico face às demandas da sociedade, e o “ambiente ideal” deu lugar à multiplicidade de tempos e espaços. A aura (antes intocável) deu lugar à produção em massa e ao objeto descartável, as regras da arte deram lugar às possibilidades da arte – que são muitas e dependem de quem as produz, de quem as divulga e de quem as vê. Diferentemente de Duchamp, que abole o fazer artístico da obra e confere ao ‘espaço’ físico (museu, galeria) a competência em determinar o que era arte, Andy Warhol nega essa concepção deslocando esse espaço para a comunicação - a rede, a qual Anne Cauquelin atribui a condição da arte contemporânea - um ‘sistema de signos circulando dentro de redes (2005, p.59)⁹. Nessa evolução, o processo artístico e seus procedimentos tiveram de enfrentar as novas exigências da comunicação e de se adaptarem a elas. Cauquelin observa que essas transformações alcançam o domínio artístico em dois pontos: no registro da

maneira como a arte circula, ou seja, no mercado, e no registro intra-artístico, ou seja, no conteúdo da obra em si, conforme Dafen manifesta explicitamente.

A aura (antes intocável) deu lugar à produção em massa e ao objeto descartável, é a conclusão óbvia. Mas as pinturas feitas manualmente em Dafen problematizam essa constatação. Os compradores sabem a diferença entre as coisas, os produtos e a realidade. Sabem também qual a sua própria realidade. Entendem, por razões próprias, por que gostam mais de um trabalho de arte do que outro. Portanto, não se deve pensar o público como uma massa culturalmente dopada e subestimar sua formação, como era pensado por teóricos da Escola Crítica de Frankfurt, tal como Theodor Adorno. De todo modo, Bourdieu busca em sua obra responder à seguinte questão: como funciona a dominação dos dominadores sobre os dominados? Por que ela se reproduz e é vista muitas vezes como legítima e natural pelos dominados? O autor identifica nos mecanismos da comunicação, o germe da sociedade do espetáculo, prenunciada por Guy Debord. Jean Baudrillard atualiza a questão atribuindo a esses processos da comunicação a condenação pela existência de signos desconectados de seu referencial, ou seja, a existência de uma realidade construída a partir da mídia, onde a distinção entre o que é realidade ou ficção deixa de ser importante. No entanto, se há nessa equação um problema é que o público, em geral, adora clichês.

Novos experimentos de museu na internet, como o Google 'Art Project'¹⁰, prometem revolucionar as concepções a cerca da informação sobre a arte. O Google Street View disponibiliza vistas panorâmicas de 360°, exibindo obras que nem os visitantes físicos desses museus conseguem olhar tão de perto. O projeto leva o mundo das grandes galerias mundiais de arte aos lares, a capacidade de construir coleções privadas buscando levar a experiência da arte online a um novo patamar. O público de qualquer parte do mundo que teria pouca chance de ver os originais tem uma experiência próxima a real, por meio da Internet. O internauta, tal como pensado para o Museu Imaginário de André Malraux, pode ainda criar a sua própria coleção de arte com o recurso que permite salvar pontos de vista específicos de qualquer uma das 1000 obras disponibilizadas pelos museus com base em razões específicas para eles. Algumas das pinturas tiveram que, obrigatoriamente, ficar embaçadas por razões relativas a direitos autorais. As imagens de alta resolução são de propriedade dos museus e estão protegidos por leis de direitos

autorais em todo o mundo - um contra-senso já que são esses mesmos museus os principais compradores das réplicas de Dafen. As imagens do site são uma sensação visual, quase uma ficção sinestésica, funcionam como uma réplica simbólica do mundo real, na tendência a fazer ver por mediações, o mundo que não se toca diretamente, conforme denuncia Debord na 'Sociedade do Espetáculo'. Mas só isso não satisfaz ao público. A realização de desejos e fantasias passa a ser conseguida através das réplicas feitas à mão. Reclamam a aura perdida recorrendo a Dafen como o seu repositório, no aqui e agora. Os artistas chineses, conscientes ou não, trabalham dentro de um espaço de negatividade que os sistemas de representação constroem subvertendo o sentido da legitimação, uma vez que expõem, de um lado a sua intenção e por outro lado o caráter dinâmico, fluido desse ecossistema Oriente - Ocidente. A estratégia de Dafen indica uma globalização irreversível da economia e dos processos de intercâmbio cultural.

Negri e Hardt identificam na forma de globalização em curso na contemporaneidade, a impossibilidade de identificá-la com um centro territorialmente delimitado, e sim com um aparelho descentralizado e desterritorializado de dominação, que não se baseia em fronteiras ou barreiras fixas. Arjun Appadurai, por sua vez, distingue em seus estudos de globalização os fluxos de imagens, histórias e informações "*mediascapes*", os fluxos de ideologias culturais e políticas "*ideoscapes*", os fluxos de financiamento "*finanscapes*", e os fluxos dos migrantes, turistas e refugiados "*ethnoscapes*". Embora se aproxime do que ocorre em Dafen, essas diferenciações podem estar subestimando as relações de poder e os efeitos do intercâmbio e da interação. De certo modo, as réplicas contrapõem-se a idéia de imperialismo cultural, na qual a fonte de influência cultural é a civilização ocidental com os países menos desenvolvidos vistos como estando na periferia. Outros fluxos culturais ou modelo de rede oferecem uma concepção alternativa do processo, no qual as influências não se originam necessariamente no mesmo local, e o fluxo não se realiza sempre na mesma direção para receptores de influências culturais. Nesse modelo, os receptores também podem ser autores, e dentro dessa perspectiva, o modo de globalização cultural corresponde a uma rede sem centro ou periferia claramente definidas. É o efeito destes fluxos culturais, que Arjun Appadurai identifica como sendo composto de mídia, tecnologia, ideologias e etnias em nações receptoras, é a hibridação cultural, em vez de homogeneização. E neste caso,

teríamos ainda que aguardar para se poder confirmar essa ocorrência no fenômeno particular de Dafen.

Algumas das tendências mais recentes, entre as possibilidades de reflexão sobre as imagens, desencadeiam-se no processo de comunicação. As imagens empregadas pelos copistas apresentam-se, não como os duplos das coisas, são as coisas elas mesmas, são a realidade de um mundo em que uma e outra não visam se distinguir, se opor. São imagens organizadas de outro modo, são oferecidas num outro registro perceptivo. Jacques Rancière apresenta uma série de excursões que procuram averiguar o destino das imagens hoje. Em uma sociedade ao mesmo tempo saturada de imagens e que passa a desconfiar delas, o autor defende a alteridade nas imagens que transitam como marca, inscrição e testemunho. Questiona em que medida devemos ver a arte do regime pós-representativo, que denomina de estético, do antigo modelo mimético da arte, trazendo a idéia da representação aliada à outra interrelação.

Por fim, a problemática da imagem em Dafen deve ser compreendida dizendo de suas significações culturais específicas, as quais testemunham outra maneira de produzir, comunicar e admitir imagens. Assim como as técnicas de representação mudaram ao longo da história, pensar a imagem nestas obras engloba pensar o papel do produtor da imagem, a imagem em relação ao mundo, os meios de reprodução e de difusão, e o público. Não há como compreender estas cópias fora dos filtros da cultura e do ponto de vista do observador, elas representam, na realidade, a construção de uma segunda realidade. Conforme Canclini, o significado de uma imagem é uma relação entre uma configuração e um observador, onde os sentidos são compartilhados por alguns e não por outros, uma vez que as expressões culturais são produzidas em múltiplas camadas, cujos entrelaçamentos escapam de uma apreensão simplória. O autor interroga se as estruturas mais significativas da cultura estariam, não em suas formas, mas sim em sua distribuição e padrões de compartilhamento. Esses artistas são manipuladores de signos mais do que produtores de objetos de arte. Na contramão, convocam um contemplador passivo da estética e o consumidor do espetacular, mais do que um espectador ativo para decodificar as mensagens. A imagem que produzem implica uma inversão nos sistemas e formas de representação, ao se transmutar em símbolo, busca compartilhar o seu significado amplo - o seu valor cultural.

A obras desses artistas emitem mensagens que agenciam transformações nos nossos modelos perceptivos. As imagens/signo que reproduzem são transpostas de um contexto para outro sem considerar fronteiras físicas ou simbólicas, para desse modo alcançar um campo desterritorializado. Simultaneamente, exprimem concepções largas, que convidam a pensar sobre obstáculos culturais decorrentes de um modelo ideológico, político e social definido – um quebra-cabeça atual das artes visuais. Problematizam aspectos centrais do consumo e da recepção de padrões hegemônicos que se evidenciam nas relações assimétricas de poder apontadas.

NOTAS

¹ BAUDRILLARD, Jean. **Da sedução**. Papirus Editora, 1992.

² MARIOT, Gilberto. **O Direito Autoral na China**. Apud . Eduardo Lycurgo Leite. Plágio e outros estudos de Direito de Autor. op. cit. p.93 Pesquisado em janeiro de 2003 <<http://ebookbrowse.com/o-direito-autoral-na-china-pdf-d460455323>>

³ ROLNIK, Suely. **Despachos no museu: sabe-se lá o que vai acontecer...** Conferência apresentada em The Deleuzian Age, Californian College of Arts and Crafts (São Francisco, 2000), São Paulo, Editora Perspectiva. vol.15, no.3, São Paulo July/Sept. 2001

⁴ idem

⁵ BOURDIEU, Pierre. **O mercado dos bens simbólicos**. In: A economia das trocas simbólicas. (org. Sérgio Miceli). São Paulo: Perspectiva, 1974

⁶ BAUDRILLARD, Jean. **Arte e Dinheiro**, Editorial Assírio & Alvim, Lisboa, 1994

⁷ BOURDIEU, op cit. p.19

⁸ CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**. 1. Artes de fazer. Petrópolis, RJ, Vozes, 2008

⁹ CAUQUELIN, Anne. **Arte Contemporânea. Uma introdução**. São Paulo, Martins Fontes, 2005

¹⁰ Pesquisado em janeiro de 2013 <www.googleartproject.com>

REFERÊNCIAS

APPADURAI, Arjun. **Dimensões Culturais da Globalização**. Lisboa, Editorial Teorema, 1996

BAUDRILLARD, Jean. **Le complot de l'art** . Sens & Tonka Éditeurs, 1999

_____, Jean. **Transparência do Mal – Ensaios sobre os fenômenos extremos**. Campinas: Papirus, 1990

JAMESON, Frederic. **A virada cultural**. Editora: Civilização Brasileira, 2006

BHABHA, Homi K. **O local da cultura**. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 1998

DEBORD, Guy - **A Sociedade do espetáculo**. Contraponto. Junho, 1998

GEERTZ, Clifford. **A Interpretação das Culturas** in: Uma Descrição Densa: Por uma Teoria Interpretativa da Cultura. Rio de Janeiro: LTC, 1989

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**. Companhia das Letras, SP, 1989

RANCIÈRE, Jacques. **O Destino das Imagens**. Orfeu Negro, Portugal, 2011

Jacqueline Belotti

Doutora em Artes Visuais na linha de pesquisa Estudos da Imagem e das Representações Culturais e mestre em Artes Visuais na linha de pesquisa Linguagens Visuais, PPGAV-EBA-UFRJ. Atualmente é professora adjunta do Centro de Artes da Universidade Federal do Espírito Santo. É líder do Grupo de Pesquisa Poéticas Transdisciplinares nas Artes Visuais, vinculado à Plataforma Lattes/CNPq.