



Departamento de História

Liberdade Artística e Mercado

Júlio Francisco Ribeiro da Costa

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Mercados da Arte

Orientador:

Doutor Vítor Manuel Guimarães Veríssimo Serrão, Professor Catedrático,
Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa

Julho, 2017

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradeço aos meus pais que cuidaram de mim toda a vida, sem olhar a meios para que eu concretizasse os meus fins. Sem o seu apoio (muitas vezes traduzido em cifrões) teria sido impossível chegar a esta etapa da minha vida.

Alargando ao agregado familiar, dou graças a minha irmã que também me tem vindo a aturar, com todas as flutuações de humor adjacentes, neste percurso em particular e na vida em geral.

Uso também este espaço para lembrar o meu avô que, infelizmente, apenas me acompanhou em parte deste percurso, sempre com a preocupação e interesse que lhe eram intrínsecos. Um eterno obrigado!

Muito obrigado ao meu orientador Professor Doutor Vítor Serrão, cujos conselhos foram sempre certos. Sem a sua preciosa ajuda, teria sido muito mais complicado realizar esta tarefa.

Obrigado ao Professor Doutor Luís Afonso, presença constante ao longo do mestrado, a quem devo muitas recomendações bibliográficas e desenvolvimento do pensamento em torno do mercado da arte.

Agradeço aos artistas que se disponibilizaram a responder a algumas perguntas, sem eles o terceiro capítulo seria muito mais pobre. Um grande obrigado ao VIOLANT (João Maurício), ao MAISMENOS (Miguel Januário), à MURTA (Teresa Costa Gomes) e à Maria Imaginário.

Por último, sem nomear para não cometer a gafe de me olvidar de alguém, agradeço imensamente a todos os meus amigos que, direta ou indiretamente, fazendo-me chegar o sentimento ou não, se preocuparam com a concretização deste afã.

OBRIGADO A TODOS!

RESUMO

Esta dissertação visa refletir sobre a liberdade de criação, de produção e de exposição dos artistas face às contingências do mercado de arte contemporâneo no seio do chamado *Artworld*, o ‘mundo da arte’, tal como o definiu e caracterizou Arthur C. Danto (e outros), e no quadro da globalização hodierna. Analisa-se esta secção do mercado na perspetiva das possibilidades e limites que são colocados à liberdade criadora e ao novo estatuto social dos artistas nos nossos dias. Para tal, analisam-se conceitos operativos como o valor de uso, valor de troca, e, de modo geral, o paradigma do sistema da arte contemporânea a um nível teórico e prático, para que a reflexão, necessariamente parcelar, possa ser o mais abrangente possível. Questões de ética, de alienação, de valor de mercadoria, de flutuações de gosto, de critérios de avaliação, e de comportamentos deontológicos nas relações entre mercado e artista, merecem a nossa atenção numa abordagem que, sendo transversal na sua articulação entre o mundo da arte e a criação, não deixará de destacar, em várias perspetivas, os valores que fundamentam o sistema da arte contemporânea nos nossos dias. Trata-se, em síntese, de uma reflexão em torno da posição da obra de arte e dos artistas contemporâneos no vasto mundo da arte influenciado pelo mercado. Concluindo, poderemos afirmar que defender a qualidade é caminho para a liberdade artística.

Palavras-chave: valor de uso, valor de troca, liberdade de produção, liberdade de exposição, liberdade artística, mundo da arte, mercado da arte.

ABSTRACT

This dissertation aims to think the artists' freedom of creation, production and exhibition in the contemporary art market within the *Artworld*, as defined by Arthur C. Danto (and others), and in the context of the hodiernal globalization. This section of the market is analyzed in the perspective of the possibilities and limitations that are placed on creative freedom and on the new social status of the nowadays' artists. For this purpose, operational concepts such use-value, exchange-value, and, in general, the paradigm of the contemporary art system will be analyzed at theoretical and practical level, so that the reflection, necessarily parceled out, can be as intelligible as possible. Questions of ethics, alienation, commodity value, fluctuations of taste, evaluation criteria, and deontological behavior in the relations between market and artist deserve our attention in an approach that, being transversal in its articulation between the world of art and creation, will not fail to highlight, in various perspectives, the values that ground the contemporary art system in our days. In summary, it is a reflection on the position of the work of art and contemporary artists in the vast world of art influenced by the market. In conclusion, we can say that defending the quality is the way to artistic freedom.

Key-words: use-value, exchange-value, freedom of production, freedom of exhibition, artistic freedom, art world, art market.

ÍNDICE

AGRADECIMENTOS	III
RESUMO	V
ABSTRACT	VI
INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO I	
MUNDO E MERCADO DA ARTE	5
1.1. A PERTINÊNCIA DA PERGUNTA “O QUE É A ARTE?”	5
1.2. A OBRA DE ARTE ENQUANTO MERCADORIA	16
1.2.1. Valor de uso da mercadoria obra de arte	19
1.2.2. Valor de troca da mercadoria obra de arte	22
1.2.2.1. O valor de troca especulativo	24
1.2.2.2. O mito da lei da oferta e da procura	28
CAPÍTULO II	
A LIBERDADE ARTÍSTICA	31
2.1. LIBERDADE DE PRODUÇÃO	32
2.1.1. A formação do artista	33
2.1.2. Financiamento	36
2.2. LIBERDADE DE EXPOSIÇÃO	43
2.2.1. Primazia dos valores	45
2.3. NOVAS TECNOLOGIAS: PRODUÇÃO E EXPOSIÇÃO	55
CAPÍTULO III	
STREET ART: ESPELHO DO MUNDO HODIERNO	61
3.1. PREÂMBULO CONTEXTUAL	61
3.2. LIBERDADE DE PRODUÇÃO E DE EXPOSIÇÃO DA STREET ART	63
3.3. O VALOR DE USO DA STREET ART	69
3.4. O VALOR DE TROCA DA STREET ART	74
3.5. APONTAMENTO À AURA DA STREET ART	80
EM JEITO DE CONCLUSÃO:	
DEFENDER A QUALIDADE É LUTAR PELA LIBERDADE	83
BIBLIOGRAFIA	91
ANEXO	I
BREVES PERGUNTAS A ARTISTAS URBANOS (STREETARTISTS)	I
CURRICULUM VITAE	V

INTRODUÇÃO

Em 1839, Honoré de Balzac (1799-1850) publica o conto *Pierre Grassou*, no qual retrata um jovem que, não conseguindo integrar o mundo da arte da sua época, e levado pelas manhas de um marchand vigarista, acaba por ganhar a vida e obter fama pintando falsificações (Balzac, 2010). A notável intuição de Balzac, que nos traz a um ponto deveras contemporâneo, está no fato de a técnica deste artista ser excelente, conseguindo pintar como os grandes mestres, ainda que carecesse do tal “toque de mestre”, de um “tempero artístico”, mostrando que a técnica sozinha não faz a boa arte.

Todavia, o mundo da arte que aquele jovem queria integrar regia-se por leis um tanto ou quanto diferentes do atual mundo da arte. Enquanto, naquela época, os critérios para um artista ser aclamado eram os critérios estabelecidos pelas Academias; nos nossos dias, os critérios para o sucesso artístico são de certa forma ambíguos, ou não fosse o próprio conceito de arte contemporânea uma ambiguidade em si própria ¹. Contudo, no meio de um oceano de abstração, para chegarmos a algum destino, temos de nos abastecer e procurar mantimentos em portos de abrigo concretos ². Esses são os nossos abrigos teóricos, que se traduzem na bibliografia e citações ao longo do texto, sempre iluminados ou obscurecidos pelos conceitos de liberdade e de mercado. Ora, é à luz, mais ou menos intensa, dos conceitos de liberdade artística e de mercado da arte que analisaremos o mundo da arte hodierno, esforçando-nos por chegar a respostas de como a liberdade artística influencia o mercado e em como este influencia a liberdade artística. Importa, pois, ter uma perspectiva em torno do mundo da arte apoiada essencialmente na possibilidade de criação artística.

Visto que a criação *ex-nihilo* está reservada aos deuses - categoria em que o artista não se enquadra -, o homem comum não cria a partir do nada. Como tal, existe toda uma história por detrás de toda a criação artística. Sendo o nosso foco temporal de reflexão o período contemporâneo, e, principalmente, a arte realizada nos dias que correm, abrimos o nosso texto por abordar a posição que a arte tem neste mesmo período, partindo do conceito de

¹ “Art contemporain, art actuel, art vivant, scène émergente, art d’aujourd’hui, la multiplicité des vocables utilisés pour désigner l’art réalisé par les artistes de notre temps et les distinctions subtiles auxquelles renvoient ces terminologies créent de la confusion. Mais ce n’est là que la partie immergée de l’iceberg, car l’art contemporain aime flirter avec l’idée de confusion.” (Moureau, Sagot-Duvauroux, 2010: 3)

² “Marx ha determinado lo concreto de un modo extraordinariamente claro: «Lo concreto es concreto porque es la reunión de muchas determinaciones, esto es, unidad de la multiplicidad. En el pensamiento aparece así como proceso de condensación, como resultado, no como punto de partida, aunque es el punto de partida real y por lo tanto también el punto de partida de las intuiciones y de la representación».” (Lukács, 1977: 212)

Artworld, o “mundo da arte”, tal como o definiram e caracterizaram Arthur C. Danto ³ e que noutros autores é completado, procurando definir a natureza da obra de arte, ou seja, chegar às determinações que vigoram hodiernamente.

O mundo material é o processo do homem a criar os meios para a sua sobrevivência e vivência; logo, o mundo da arte não se desliga desse mundo, estando interligado, influenciando e sendo influenciado por fatores que, num passar de olhos imediato, nos parecem externos. Este ponto, guiado por vários autores da filosofia e da sociologia, conduzir-nos-á a uma aproximação entre mundo da arte e mercado da arte.

Havendo uma ligação de parentesco muito próxima entre o mundo da arte e o mercado da arte, não podemos descartar o caráter de mercadoria da obra de arte. Dessa forma, continuaremos a nossa reflexão, acrescentando à posição teórica da arte na contemporaneidade o seu papel prático, analisando a sinergia entre ambos os fatores.

Se no caso da *arte antiga* (isto é, a arte não contemporânea, definindo com a ambiguidade que o termo acarreta, encarada como a arte que foi produzida antes dos nossos dias) o seu valor de mercado reside numa posição monopolística (no que diz respeito à posse de certa obra por um determinado agente, mecenas ou cliente, seja a Igreja ou a aristocracia, por exemplo), na arte contemporânea essa posição não é tão evidente. Por conseguinte, a origem e perceção dos fundamentos que definem o preço das obras de arte contemporânea também se tornam de difícil rastreio.

Com o fim de procurar uma justificação para o comportamento da obra de arte, abordamos dois conceitos da economia clássica, Valor de Uso e Valor de Troca, aplicando-os ao campo das obras de arte. Assim, mostraremos perspetivas diferentes em torno de problemas e questões usuais quando se fala de mercado da arte, tais como a lei da oferta e da procura e a (discutível) semelhança à especulação em bolsa.

A partir de então, encontramos-nos equipados com as ferramentas necessárias para pensar a liberdade. Após recolhermos e pensarmos a natureza da obra de arte na contemporaneidade, não só enquanto posição no mundo da arte, mas também no mercado, temos bases concretas com que refletir a liberdade artística. Neste ponto, ressalvamos e ressalvaremos várias vezes, importa ter em conta que a liberdade não é apenas o “poder fazer” como, também, as restrições ao fazer. Ou seja, a liberdade deve ser pensada segundo

³ “Entendo aqui, por útil, o conceito operatório (*Artworld*) utilizado pelo antropólogo e crítico de arte Arthur C. Danto para caracterizar as teias relacionais entre artistas, agentes, galeristas, mecenas, críticos de imprensa, fotógrafos, leiloeiros e demais promotores da indústria e do mercado das artes, técnicos de conservação e restauro, museólogos, curadores de exposições, sociólogos, historiadores de arte e os públicos.” (Serrão, 2016: 585)

as condições de possibilidade de algo. Aplicando este princípio à liberdade artística, a liberdade é a condição de possibilidade de o artista concretizar o pensado, de realizar a sua obra. Porém, como não podia deixar de ser, a vida artística é um processo em constante transformação, e para haver continuidade o artista tem de ter meios para se sustentar. Progredindo, associando aos momentos definidos no primeiro capítulo como momento de produção e momento de exposição, analisamos a liberdade em cada um destes momentos, com as suas aproximações e diferenças entre si.

A liberdade artística tem o seu epicentro no artista, é este a mão criadora e aquele que sofre as libertações e opressões condicionadoras dessa prática. Reforçando as teses de Guy Debord sobre a chamada “sociedade do espetáculo”⁴, abordamos aqui, numa perspetiva aplicada ao nosso tempo (muitas décadas volvidas sobre o tempo em que Debord escreve), o papel das novas tecnologias nas construções de valores, liberdades e acessibilidade ao público em geral, a partir do artista e ao artista.

Passaremos igualmente por uma análise à liberdade de criação, de produção e de exposição do artista face às contingências do mercado de arte contemporâneo no seio da chamada globalização mundializada. Assim, as possibilidades e limites colocados à liberdade criadora colidem com o estatuto social dos artistas (muito distinto do que foi em épocas precedentes, designadamente no Renascimento ou do Barroco), com o Valor de Uso e com as questões éticas relacionadas com o sistema da arte contemporânea, sem esquecer a alienação, o valor de mercadoria, as flutuações de gosto, os critérios de avaliação e preço, o papel da crítica, e os vários comportamentos mais ou menos deontológicos nas relações entre mercado e artista.

Por último, aplicamos os conceitos analisados anteriormente a uma forma de arte, a *Street Art*⁵. A nosso ver, esta forma de arte, num mundo em que deixa de haver gavetinhas onde se colocam categoricamente a(s) arte(s), representa uma lufada de ar fresco em relação ao mundo da arte tradicional. É aqui que o caro leitor vai poder esclarecer algumas dúvidas que a abordagem de certa forma abstrata que o primeiro e o segundo capítulos possam ter criado. Tentaremos mostrar como a posição que a *Street Art* ocupa na sociedade atual é

⁴ “O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediatizada por imagens.” (Debord, 2012: 10). Este conceito de “espetáculo” enquadra-se na nossa reflexão porque tem algumas das características fundamentais do Valor de Uso da arte, nomeadamente a sua componente de fruto das relações sociais na construção e relação imagética.

⁵ “(...), um movimento artístico em pleno crescimento, nascido do grafitismo mas profunda e substancialmente diferente deste: a *Street Art* (também definida com variantes menos utilizadas e, segundo o nosso parecer, mais imprecisas, como arte abusiva, arte urbana e pós-grafitismo).” (Dogheria, 2015b: 43-44)

resultado de um desenvolvimento do seu Valor de Uso, por conseguinte levada a uma criação e inflação de um Valor de Troca. As hipocrisias do mercado estão presentes e são contestadas por alguns artistas de rua. As liberdades de produção e de exposição estão patentes nesta forma de arte como o combustível que a faz transformar-se. As restrições existem e elas próprias são transformadas na relação do mercado com a liberdade artística.

O autor restringiu a sua análise, como é óbvio, dadas as suas bases de conhecimento, à realidade artística ocidental, europeia e norte-americana, sendo as obras de arte e artistas referidos ou tomados como exemplo pertencentes a esses espaços geográficos.

Resta agradecer a futura atenção e esforço de compreensão ao leitor, esperando que, acima de tudo, a nossa reflexão ajude a outras reflexões e abra ou alargue determinados pontos de vista.

CAPÍTULO I

MUNDO E MERCADO DA ARTE

1.1. A pertinência da pergunta “o que é a arte?”

Acabando desde já com parte do suspense criado pelo título, afirma-se precocemente que não existe uma resposta categórica à dita pergunta. Tomar a posição de responder a esta questão seria assumir que a arte sempre foi o que é hodiernamente e, com mais danos para esta geração, o que será no futuro ⁶.

A arte sofreu, sofre e sofrerá as transformações próprias do movimento histórico, está em constante devir, está envolta num processo que faz com que não seja um elemento isolado do real, mas que esteja integrada nesse real como elemento transformado e transformador. De certo que para analisarmos temos de restringir os nossos elementos de estudo e escolher a pedra de toque com a qual faremos progredir a nossa reflexão. Começemos então por abrir a nossa história.

Os anos sessenta do século passado abrangeram os acontecimentos mais intensos que surgiram no panorama artístico e que simbolizam uma rutura com o passado, dando início a uma nova era que se estende, com as transformações que lhe são devidas, até aos dias de hoje ⁷. Apesar de, décadas antes, ter sido Duchamp a testar os limites tradicionais da arte desta forma (com os *ready mades*) ⁸, o golpe derradeiro que reforçou essa rutura foi desferido por Andy Warhol ⁹ e pelos restantes artistas dos primórdios da *Pop Art*. A

⁶ “A definição do que é a arte é sempre dada previamente pelo que ela foi outrora, mas apenas é legitimada por aquilo que se tornou, aberta ao que pretende ser e àquilo em que poderá talvez tornar-se.” (Adorno, 2016: 14)

⁷ “Na prática, não tinham de coincidir, com o niilismo artístico (deliberado) do urinol de Marcel Duchamp e o dadaísmo haviam demonstrado há muito tempo atrás. Estes não pretendiam ser nenhuma espécie de arte, mas antiarte. Também neste caso, idealmente os valores sociais que os artistas «modernistas» procuravam no século XX e as maneiras de os expressar em palavras, som, imagem e forma deviam fundir-se uns nos outros, como fizeram em grande parte na arquitectura modernista, essencialmente um estilo para construir utopias sociais em formas que lhe eram supostamente adequadas.” (Hobsbawm, 2014: 501)

⁸ Em torno da diferença entre Duchamp e os artistas da Pop Art, atente-se às seguintes palavras de Danto: “Whatever he achieved, Duchamp was not celebrating the ordinary. He was, perhaps, diminishing the aesthetic and testing the boundaries of art. (...) Situating pop in its deep cultural moment helps show us how different its causes were than those that drove Duchamp half a century earlier.” (Danto, 2014: 132)

⁹ “Warhol is saying that this no longer makes sense: all styles are of equal merit, none «better» than another. Needless to say, this leaves the options of criticism open. It does not entail that all art is

banalização dos *ready made* é da responsabilidade destes últimos ¹⁰. Estes artistas acabaram com a época dos manifestos ¹¹, dando origem a uma nova era da História da Arte, tal como é caracterizada por Arthur C. Danto no seguinte passo:

To say that history is over is to say that there is no longer a pale of history for works of art to fall outside of. Everything is possible. Anything can be art. And, because the present situation is essentially unstructured, one can no longer fit a master narrative to it.
(Danto, 2014: 114)

Olhando para os acontecimentos da década de sessenta, nos anos oitenta, Danto declara o fim da arte. Ou seja, a arte enquanto narrativa histórica, de sucessivos movimentos artísticos e manifestos: tinha acabado. Tudo é possível. Tudo pode ser arte ¹². O fim da arte para este filósofo é o fim de uma certa tradição, de uma certa unidade que liga as obras dos milénios anteriores. A arte apresenta-se, agora, numa multiplicidade de alternativas imprevisíveis.

A partir das premissas de Danto, assumindo a sua atualidade, conseguimos concluir que a arte contemporânea não tem uma forma específica de se apresentar. Existe, portanto, uma liberdade formal no que diz respeito à criação artística. A validade das obras criadas vai ser definida posteriormente à sua produção no âmbito de um *Artworld* ¹³. Este conceito foi forjado por Arthur C. Danto pouco depois dos primeiros acontecimentos artísticos da *Pop Art*, tendo o filósofo apercebido-se cedo da rutura em curso. Este conceito é a tentativa de

equal and indifferently good. It just means that goodness and badness are not matters of belonging to the right style, or falling under the right manifesto.” (Danto, 2014: 37)

¹⁰ “A *pop art* (Warhol, Lichtenstein, Rauschenberg, Oldenburg) passava o tempo a reproduzir, com tanta exactidão e insensibilidade quanto possível, os ornamentos visuais do comercialismo americano: latas de sopa, bandeiras, garrafas de coca-cola, Marilyn Monroe.” (Hobsbawm, 2014: 500)

¹¹ “Contudo, uma força ainda mais poderosa minava as grandes artes: a morte do «modernismo», que desde fins do século XIX legitimava a prática da criação artística não utilitária, e que sem dúvida proporcionara a justificação para a reivindicação do artista à liberdade de toda a limitação. A sua essência era a inovação.” (Hobsbawm, 2014: 501)

¹² “Espero sinceramente não ter contribuído para essa moda [dos ready-mades] – pois foi no que se tornou – ao abrir estas páginas com a observação de que «nada existe realmente a que se possa dar o nome Arte». O que quis dizer, é claro, era que a palavra «arte» tem significado diferentes coisas em diferentes épocas.” (Gombrich, 2005: 602); “Não existe realmente algo a que se possa chamar Arte. Existem apenas artistas.” (Gombrich, 2005: 15)

¹³ Devido ao uso banal do termo “mundo da arte”, sempre que falarmos especificamente da conceção de Danto usaremos o original em itálico e maiúscula: *Artworld*. Bem como, prosseguindo no texto, ao mesmo termo ou semelhante, segundo outros autores, ser-lhe-á sublinhada a devida distinção.

justificar a validade artística desta(s) nova(s) forma(s) de arte, através de uma categoria universal¹⁴. As suas famosas palavras dizem-nos:

To see something as art requires something the eye cannot decry – an atmosphere of artistic theory, a knowledge of the history of art: an artworld. (Danto, 1964: 580)

Ora, o que está sintetizado na citação supramencionada é que o entendimento de certas obras de arte não se resume ao simples olhar e à mera questão do gosto (seja este geral ou individual). Para se compreender a validade de determinadas obras de arte são necessários conhecimentos em torno do contexto que as envolve, como de novo refere Danto, no seguinte passo: “(...) a knowledge of what other works the given work fits with, a knowledge of what other works makes a given work possible” (Danto, 2014: 165). Esse entendimento necessita de uma preparação para tal, através de um estudo e de uma vivência do âmbito artístico. O conjunto das pessoas com essas vivências em interação com as obras de arte, entidades, instituições, academias, formam o mundo da arte¹⁵.

O filósofo reclama um conhecimento teórico vasto e fundamentado para que possamos entender as obras de arte da contemporaneidade. Um conhecimento que valide a obra que surge, por se entender outras obras validadas pela possibilidade de surgimento dessa obra. No fundo, é perceber o processo da História da Arte. Percebendo Duchamp, consegue-se validar Warhol; a validade de Duchamp é simultaneamente reforçada pela validação de Warhol; percebendo Warhol, conseguimos validar Damien Hirst, Jeff Koons, Tracey Emin, Anish Kapoor e por aí adiante, ficando preparados para os artistas vindouros. Esta validação não é feita apenas pela semelhança entre as obras, mas pelo contexto em que as obras são criadas e expostas, abrindo portas à expansão quantitativa e qualitativa¹⁶.

¹⁴ “En efecto, el universal – es decir, aquello que se predica totalmente como siendo un todo – es universal, en el sentido de que abarca muchas cosas (...)” (Aristóteles, 2008: 1023b)

¹⁵ “Mas como é que o sabemos? Muito simplesmente porque temos uma noção da organização dos mundos da arte que parte do mero bom senso. Os mundos da arte existem de tal modo que alguns dos seus membros são considerados por muitos ou pela maioria das pessoas interessadas como mais habilitados que outros para falar em nome de um mundo da arte. As pessoas interessadas são aquelas que participam nas actividades cooperativas onde as obras desse mundo são produzidas e consumidas. Os membros deste modo habilitados podem ser considerados como tais em virtude da sua experiência, porque possuem um dom inato para reconhecer a arte, ou porque aquele é o seu trabalho e porque devem estar bem preparados para o saber. Pouco importa a razão. O que lhes permite estabelecer e afirmar a distinção é a autoridade que os participantes lhes reconhecem de comum acordo.” (Becker, 2010: 142)

¹⁶ “(...) um facto de que raramente nos damos conta é que se quisermos defender o direito do artista de produzir desafios à tradição com base na liberdade artística, devemos também defender o direito

Howard S. Becker segue, neste aspeto, a mesma linha de pensamento, atribuindo a responsabilidade da reputação de um artista ao trabalho coletivo no seio dos mundos da arte:

Para que as reputações se imponham duradouramente, os críticos e os estetas devem estabelecer teorias da arte e critérios que permitam reconhecer a arte, a arte de qualidade e a grande arte. Sem tais critérios, ninguém poderia formular juízos acerca das obras, dos géneros e das disciplinas que, por sua vez, determinam os juízos dos artistas. (Becker, 2010: 293)

A filosofia da arte, a estética e toda a teoria em geral desempenham um papel importante no estabelecer desses critérios que Becker nos fala. No entanto, falam apenas do que é visto, abordam apenas aquilo que, em diferentes intensidades, já existe e se encontra no mundo da arte¹⁷. A teoria deste último autor é bastante interessante por tentar chegar ao pano de fundo do mundo da arte. Ao contrário de Danto, que filosoficamente define uma categoria universal para compreender o estado da arte no mundo contemporâneo, Becker fá-lo sociologicamente, dividindo e analisando cada parte desse mundo artístico nesta mesma era. Dessa forma, surge a pluralização: mundo(s) da arte. A análise do sociólogo tem uma carga empírica bastante forte. Para ele não existe apenas um mundo da arte. Becker encaixa nos mundos da arte o fabricante de lápis, o crítico, o fabricante de tintas, o pintor, o cineasta; fazendo variar o grau e o impacto da intervenção de cada entidade. Os *Mundos da Arte*¹⁸ não são apenas os intervenientes diretos, os indiretos também têm um papel relevante (Becker, 2010). O importante a retirar das ideias deste autor é a componente de interação entre os vários indivíduos e entidades que formam estes mundos, são estas relações que fazem a arte surgir e evoluir, é um processo constante; acrescente-se: dialético, englobando muitas contradições, sendo o progresso o resultado da resolução dessas contradições¹⁹.

dos artistas de continuar a repetir estes desafios de formas quase idênticas, como alguns argumentam que Tracey Emin e muitos dos seus contemporâneos fazem.” (Warburton, 2007: 89)

¹⁷ “Na base da pirâmide da hierarquia da fama começam por estar todos os artistas cuja existência é apenas do conhecimento dos comentadores especializados, que são supostos conhecer tudo o que existe e fazer as primeiras triagens. Isto implica que, mesmo para fazerem parte desta base, estes artistas já tiveram de ultrapassar o limiar da inexistência social, ou seja, da ausência de qualquer tipo de reconhecimento público.” (Melo, 2012: 119)

¹⁸ Doravante, sempre que utilizarmos a forma “*Mundos da Arte*” estamos a falar da teoria de Becker.

¹⁹ A título de exemplo, para que se entenda: quando um artista se torna conhecido postumamente, ninguém lhe nega a reputação e os seus feitos em vida. Porém, enquanto viveu, enquanto produziu, foi-lhe negado tudo isso, - a razão de tal tem possibilidades várias. Da fama e do proveito o artista não usufruiu. No entanto, agora, em forma de defunto, são-lhe atribuídas condecorações, nomes de ruas, a sua obra vale milhões. Não podemos negar que existe aqui, na perspetiva do artista, uma

Prosseguindo, antes de revelarmos o ponto a que queremos chegar, juntemos mais um pensador dos mundos da arte à nossa (em aparência) manta de retalhos. Outro nome sonante da teoria institucional²⁰, paralelamente a Danto, George Dickie, define o mundo da arte como o *framework*, o contexto, ao qual a obra de arte é submetida ou criada para. Ao contrário de Danto, para Dickie, o *artworld* é dividido em vários mundos da arte²¹ – também não se pode dizer que esta divisão é a mesma de Becker²². Contudo, também este autor ressalva a importância de um mundo exterior ao artista para a validação da obra de arte. Ou seja, a própria definição de obra de arte decorre dessa realidade e existe em função desse mundo:

A work of art is an artifact of a kind created to be presented to an artworld public.
(Dickie, 1989: 204)

E, reforçando a ideia:

Whenever art is created there is, then, an artist who creates it, but an artist always creates for a *public* of some sort. (Dickie, 1989: 201)

O *artworld public*²³ para Dickie é definido por subconjuntos que dizem respeito a uma forma de arte respectiva. Esse público não é apenas uma coleção de pessoas, esses conjuntos são um público porque sabem desempenhar o papel e têm o conhecimento para tal²⁴. O uso

contradição: o seu trabalho, outrora desvalorizado, nunca foi a base do seu sustento e agora é o sustento de muitos. Essa contradição é resolvida socialmente: ele está mais vivo do que nunca, agora toda a gente sabe quem ele era, toda a gente conhece a sua obra. A sua obra importa e fez evoluir a história da arte.

²⁰ “By an institutional approach I mean the idea that works of art are art as the result of the position they occupy within an institutional framework or context.” (Dickie, 1989: 196)

²¹ “Danto’s argument shows that works of art exist within a context or framework, but it does not reveal the nature of the elements which make up the framework. Moreover, many different frameworks are possible.” (Dickie, 1989: 201); “(...) the artworld consists of a set of individual artworld systems, each of which contains its own specific artist and public roles plus other roles.” (Dickie, 1989: 204)

²² “Os filósofos tendem a argumentar a partir de exemplos hipotéticos, e o «mundo da arte» de que falam Dickie e Danto só tem a consistência necessária para garantir as suas demonstrações. (...) Nenhum dos que participou neste debate abarcou os mundos da arte em toda a sua complexidade organizacional como se faz aqui, mesmo se o nosso ponto de vista não é incompatível com aquela tese.” (Becker, 2010: 141)

²³ O conceito de “*artworld public*” será definição atribuída para a teoria de Dickie.

²⁴ “Such a public is not just a collection of people. The members of an artworld public are such because they know how to fulfill a role which requires knowledge and understanding similar in

do termo “artefacto” vem apenas reforçar uma característica essencial da obra de arte: ter sido feita pela “mão” do homem. Para este filósofo a obra de arte é sempre feita em função do mundo da arte, mesmo que em contradição. Um artefacto ser uma obra de arte é uma validação feita no seio desse mundo, mesmo quando feito contra ele (Dickie, 1989: 200).

Tendo findada a primeira fase de apresentações, compete-nos agora tirar as primeiras ilações. A partir de Danto percebemos que não existe, *a priori*²⁵, nenhuma barreira formal à apresentação de obras ao mundo; resultado do desenvolvimento histórico, mas panorama estabelecido. É aqui que a categoria de *Artworld* tem uma importância maior do que as concepções dos outros autores. Ela engloba em si própria todas as formas de arte, pois não há nada que impeça teoricamente o cruzamento das artes²⁶. A divisão feita por George Dickie diz-nos que cada área tem os seus elementos específicos e regras específicas, o que não é de todo mentira. Contudo, no pensamento hodierno essa divisão cada vez se torna mais ultrapassada. Certo está Becker quando realça a carga de cooperação entre os vários *Mundos da Arte*, e através deste autor conseguimos vários elementos para pensar a produção artística.

O ponto na vida prática do artista, ponto em que ele decide expor, chamamos-lhe: *momento de exposição*. O juiz só falará depois de exposto o caso; porém, para o réu se defender tem de contratar advogado e em cooperação terão de construir os seus argumentos. O artista, antes de sair para o mundo, forma a sua identidade, busca e obtém parcerias, procura formação, desenvolve técnicas. De forma leviana se afirma que o artista pode fazer o que bem entender, depois é que terá sucesso ou não em função do mundo da arte²⁷. A nós interessa-nos também explorar esse momento que o artista percorre até chegar ao momento de exposição.

many respects to that required of an artist. There are as many different publics as there are different arts, and the knowledge required for one public is different from that required by another public.” (Dickie, 1989: 202)

²⁵ “The sense in which everything is possible is that in which there are no a priori constraints on what a work of visual art can look like, so that anything visible can be a visual work.” (Danto, 2014: 198). Aqui, “*a priori*” tem o seu sentido filosófico e não o que lhe é dado no discurso comum, a saber: independente da experiência. Bem como “*a posteriori*” significa a partir da experiência.

²⁶ Mesmo que falemos de formas de arte que não temos o intuito de abordar, o próprio cinema e o teatro, ou a literatura, se cruzam com as ditas “belas artes”. Pintura no cinema, ou exposições com cinema e pintura misturados; qual o limite entre um cineasta e um artista de *videoart*? Os livros de artista em que categoria estão? Qual é a barreira que divide o teatro e a *performance*? As convenções cada vez mais se diluem: “Um filme, uma performance, uma banda sonora ou uma série de frases numa parede podem ser obras de artes plásticas. A dança pode ser literatura e o vídeo pode ser dança. (O teatro pode não ser texto e o texto pode ser música. E tudo pode ser silêncio ou, pelo contrário, apenas ruído).” (Melo, 2016: 22)

²⁷ “Há dois lados na vida de qualquer homem: a vida pessoal, tanto mais livre quanto mais abstractos são os interesses dessa vida, e a vida espontânea, de enxame, em que o homem cumpre inevitavelmente as leis precisas.” (Tolstoi, 2012: 12)

Recorramos a uma citação de Nicos Hadjinicolaou, para nos encaminharmos para o segundo momento que necessitamos:

Em primeiro lugar, substituímos «arte» por «produção de imagens». Este último termo, preferível ao termo ambíguo «arte», é um termo empírico que remete para o «facto» da produção de certos «objectos» tridimensionais ou bidimensionais sobre os quais são apostas, de diversas maneiras, «linhas» e «cores». ²⁸ (Hadjinicolaou, 1973: 151)

Não entraremos muito a fundo na teoria deste autor, tampouco o citamos para validar ou introduzir a substituição sugerida na passagem mencionada. Contudo, com esta substituição de termos, acrescentada à teoria de Dickie, relevamos o facto de a arte ser uma produção. De forma a sermos mais abrangentes, para além de imagens, aceitemos também as formas de arte que não se baseiam em questões materiais, aproximando-se mais de conceitos, ou até outros tipos de experiências estéticas, em que se despertam sensações através de sons, do tato; ou *happenings* e performances ²⁹. Na dificuldade de resposta ao que a arte é na totalidade das suas determinações e na sua essência, procuremos algo que todas as obras de arte têm em comum. Esse solo comum em que todas assentam, é o facto de serem uma produção humana, ou terem sempre que ver com a interferência da mão humana. Como, *a fortiori*, Dickie afirma, a obra de arte é algo que é feito, ou algo a que é dado contexto, pelo homem. Este é um dos aspetos que define um momento da pré-existência da obra, ou melhor, vai desde a sua conceção intelectual até ao momento em que está completa.

²⁸ Para que não haja mal-entendidos em relação a esta referência bibliográfica, continua Hadjinicolaou: “Este termo não tem pois qualquer precisão (pelo menos, não conseguimos dar-lha) e só podemos mantê-lo como índice do tipo de produção com que nos preocupamos.” (Hadjinicolaou, 1973: 151)

O pensamento deste autor baseia-se na abordagem da História de Arte focando a luta de classes e na associação daquilo que chama *ideologias imagéticas* à respetiva classe. O autor nega haver ideologias imagéticas individuais, sendo a história da arte o suceder, o interagir e o negar de ideologias imagéticas coletivas. Entente o autor por ideologia imagética: “Em contrapartida, por ideologia imagética entendemos o que é a característica *essencial* dos «objectos», dos «factos» que pertencem ao domínio da produção de imagens. Qualquer imagem, quer seja considerada «grande» ou «menor», pertence a uma ideologia imagética colectiva mas com características singulares e únicas.” *Ibid.*

²⁹ “(...) an artifact need not be a physical object: for example a poem is not a physical object, but it is, nevertheless, an artifact. Still further, things such as performances, for example, improvised dances, are also «made by man» and are, therefore, artifacts.” (Dickie, 1989: 197)

Uma produção está associada a um produtor, neste caso o artista, seja este individual ou coletivo ³⁰. O que faz divergir as várias produções humanas é a intenção com que são produzidas. Assim, a produção artística é o desenvolvimento de “objetos” com o fim de integrarem o mundo da arte ³¹. Chegamos assim ao *momento de produção* que antecede o *momento de exposição*.

No momento de produção, o artista, através da sua obra, define a sua posição no mundo artístico, mesmo antes de pertencer (diretamente) a este ³². Neste momento, ele assume a posição que mostrará ao mundo: ex-posição (o prefixo *ex* sugere essa saída de dentro de si para o mundo) ³³. Ele já é artista porque produz obras de arte, mas ainda não é reconhecido como tal, ou por aquelas obras específicas que ainda não saíram para o mundo. Apesar do tom aqui usado sugerir uma abordagem ao início de “carreira” artística, mesmo um artista conceituado tem vários momentos de produção e de exposição que poderão dar resultados positivos ou negativos.

Danto usa várias vezes uma citação de Marx/Engels ³⁴ para fazer a analogia com as características do artista no período pós fim da arte (Danto, 2014: 37, 45, 46, 127), reforçando que o artista tem agora a liberdade de ser o que quiser, ter o estilo que quiser, ser escultor, pintor, desenhador, etc. sem que se tenha de restringir a uma modalidade ou a um

³⁰ Com isto, tal como Hadjinicolaou, não queremos entrar em psicologismos, assumimos sempre o artista como parte de um todo, de uma sociedade, de um mundo, numa interação mútua.

³¹ Imperativamente temos de fazer aqui uma nota de forma a explicar que poderá haver arte que não se integre intencionalmente no mundo da arte. É exemplo disso a arte bruta, normalmente associada a doentes psiquiátricos, que é produzida sem qualquer intenção de ir para além do “mundo” do seu produtor. No entanto, o que nos traz à luz do texto é a liberdade artística e a mútua interação com o mercado da arte, para tal tem de haver uma vontade do artista de integrar o mercado. Poderíamos falar da liberdade de produção deste género de artistas, ou até da liberdade de produção de quem o faz por mero lazer, mas iríamos estar a fugir ao que realmente nos interessa na globalidade do texto.

³² “La pratique de l’artiste, son comportement en tant que producteur, détermine le rapport que l’on entretiendra avec son oeuvre: en d’autres termes, ce sont des relations entre les gens et le monde, à travers des objets esthétiques, qu’il produit en premier lieu.” (Bourriaud, 2001: 44)

³³ Numa abordagem existencial (para não confundir com existencialista) poderíamos dizer que o artista ganha a sua existência neste momento, quando sai de si para o mundo e se torna possível reconhecê-lo como tal. De certa forma, este texto é uma crítica a essa conceção, não assumimos que apenas interessam as obras que veem a luz do dia, visto que muitas permanecem na escuridão por restrições à liberdade artística.

³⁴ “É assim que o trabalho começa a ser distribuído, cada homem tem um círculo de actividade determinado e exclusivo que lhe é imposto e do qual não pode sair; será caçador, pescador ou pastor ou crítico crítico, e terá de continuar a sê-lo se não quiser perder os meios de subsistência - ao passo que na sociedade comunista, na qual cada homem não tem um círculo exclusivo de actividade, mas se pode adestrar em todos os ramos que preferir, a sociedade regula a produção geral e, precisamente desse modo, torna possível que eu faça hoje uma coisa e amanhã outra, que cace de manhã, pesque de tarde, crie gado à tardinha, critique depois da ceia, tal como me aprouver, sem ter de me tornar caçador, pescador, pastor ou crítico.” (Marx, Engels, 1982: 38)

gênero. Com esta ideia, voltamos à pergunta do título deste capítulo: “O que é a arte?”. A pertinência desta pergunta, atualmente, reside principalmente no momento de produção. Num mundo em que a arte é possibilidade, em que o horizonte é maior do que o olhar, esta pergunta continua a ser importante para a criação artística e para a definição da arte do indivíduo que se quer integrar no mundo da arte ³⁵. A procura de um fundamento e de um entendimento desse mundo a que quer pertencer passa por esta pergunta, para que no momento de exposição, no momento em que se sai da posição “individual” da criação, se consiga dialogar com o mundo que o rodeia e reivindicar um lugar nele. Ou seja, é necessário dialogar na abstração e procurar as referências que constroem uma identidade, para que depois de processadas no momento da criação, na execução das obras, se esteja preparado para retornar ao fora-de-si. Há um diálogo com o mundo para criar, mas há algo que só o artista percebe no ato de criação, nesse momento é ele e a obra; obviamente, com toda a carga das suas vivências. Porém, depois de produzida a obra, ganha ela própria uma vida, que só atingirá a totalidade das suas determinações quando existe no mundo. Faz parte da totalidade das determinações da obra (mesmo que em potência) ser vista e ser apreciada por olhos além artista ³⁶, aí entra o conceito de *Artworld* e de *artworld public*. Quando falamos da arte numa questão teórica e de apreciação por terceiros, já não interessa se de fato é ou não é arte. Interessa sim, a qualidade da obra em questão, para que desta forma se esteja a apreciar com fundamento e não apenas seguindo interesses do “mundo da arte” ³⁷.

A forma como se apelida algo de arte na contemporaneidade veio esvaziar o próprio conceito; a banalidade com que se usa o termo para valorizar algo, fez com que deixasse de ter interesse procurar pela sua essência, - salvo o artista na sua procura e reflexão. Dever-se-á recorrer à ontologia ³⁸ na análise de certa obra, e aí que se diga que tem significado ³⁹, que

³⁵ “O que é a arte? Esta é uma questão que tem sido importante tanto na estética do século XX como na prática da arte. Por vezes, parece que os artistas tiveram de a confrontar nos seus trabalhos para serem levados a sério pelo mundo da arte.” (Warburton, 2007: 13)

³⁶ “La «descripción» del mundo circundante inmediato, por ejemplo, del mundo en que trabaja el artesano, nos hizo ver que con el útil que se está elaborando comparecen «también» los otros, aquellos para quienes la «obra» está destinada.” (Heidegger, 2009: 138)

³⁷ “(...) só têm importância e pertinência para a descrição e análise daquilo que é realmente a experiência social da arte nas sociedades contemporâneas se os agentes culturais as tiverem incorporado nas suas atitudes e comportamentos. (...) Por isso não vale a pena procurar uma resposta universal e abstracta para a pergunta «o que é a arte?» Isto é, não vale a pena procurar uma definição geral de arte. O que importa, pelo contrário, é procurar situar as configurações da experiência social da arte nas práticas concretas de uma sociedade determinada.” (Melo, 2012: 134)

³⁸ Numa relação entre a realidade e a arte as perguntas podem ser lançadas, chegando ao ponto de uma busca radical: “O que é o ente enquanto ente? O que é o ser do ente? Porquê o ente e não o nada? O que significa ser? São planos de sucessivo aprofundamento do mistério ontológico.” (Blanc, 1997: 12)

tem impacto na realidade, que é profunda, ou o contrário; todavia, usar “arte” como adjetivo já pouco nos diz ⁴⁰.

O problema da analogia com a citação de Marx e Engels usada por Danto, é que os primeiros estão a abordar a questão no contexto da divisão do trabalho e de um momento em que a sociedade está preparada para superar ⁴¹ o capitalismo porque este trouxe as condições necessárias para que seja superado e para que o homem valha enquanto indivíduo, pois já existem os meios de produção necessários e eficazes para distribuir os bens pela população. Contudo, é o mesmo capitalismo que tornou banal o conceito de “arte”. Não se pode falar de mundo da arte sem falar de mercado da arte. E passa a ser no mercado da arte que a vida do artista se desenvolve ou desaparece. As concepções filosóficas de Danto e Dickie são importantes para pensarmos em função da teoria da arte, para pensarmos os artistas que nos aparecem. No entanto, a vida real é o mundo do homem a produzir os bens para sobreviver; Becker percebe este aspeto do mundo artístico. O artista não é exceção a essa regra. O artista precisa de beber, comer, dormir, abrigar-se do frio, refrescar-se quando está calor, comprar tintas ou rolos para a máquina fotográfica. Para o fazer com a sua atividade artística, a obra ganha o carácter de mercadoria. A hierarquia das obras de arte contemporâneas começa no mercado e acaba igualmente neste. Abrangendo a totalidade das determinações do mundo da arte, não nos podemos desligar dos critérios economicistas ou mercantis. Mesmo a teoria da arte e a crítica também estão, muitas vezes, envoltas nesse espectro financeiro – não tivessem os agentes destas disciplinas o poder de elevar ou rebaixar um artista.

Contudo, a ontologia resume-se e parte pela procura do que é aquilo que é: “Se trata de buscar los principios y las causas de las cosas que son, pero obviamente, em tanto que cosas que son.” (Aristóteles, 2008: 1025b); qual o fundamento da realidade (verdade?): “En d’autres termes, les oeuvres ne se donnent plus pour but de former des réalités imaginaires ou utopiques, mais de constituer des modes d’existence ou des modèles d’action à l’intérieur du réel existant, quelle que soit l’échelle choisie par l’artiste.” (Bourriaud, 2001: 13)

³⁹ “Il y a ici toute la différence qui existe entre le spectacle et l’art proprement dit qui est la formulation d’un concept nouveau qui se suffit à lui-même, qui trouvedans la propre histoire de sa génération l’essentiel de son mérite en même temps que as transcendence quasi tripale.” (Habekorn, 2002: 33)

⁴⁰ “A questão da arte faz sentido porque é formulada por pessoas interessadas em obras de arte e não apenas na ideia de arte. Em última análise, temos de regressar às próprias obras.” (Warburton, 2007: 151-152)

⁴¹ A superação (*Aufhebung*) é uma categoria dialética hegeliana. Na perspetiva hegeliana, ela idealista, o motor da história é um sujeito, uma consciência, o Espírito, que é causa de toda materialidade, de toda a realidade, e da transformação da mesma, com o intuito de se auto-conhecer, superando-se progressivamente, eliminando momentos da etapa anterior, conservando outros e elevando-se a um estado mais rico em que se conhece mais. Na dialética materialista de Marx também está presente esta categoria, no entanto, é aplicada a uma perspetiva materialista em que o motor da história é o próprio homem no seu trabalho de produção dos meios para a sua sobrevivência.

Então, em mais uma resposta à pergunta “o que é a arte?”, a juntar a tantas outras, diga-se que a arte é uma mercadoria; feita pelo homem (Dickie e Hadjinicolaou), resultado de cooperações várias (Becker), com o intuito de integrar um mundo da arte onde é reconhecida ou não como parte do mesmo (Danto e Dickie).

Não é de todo redutora esta concepção. Ao estarmos a pensar a obra de arte enquanto mercadoria, estamos a trazer a obra de arte para um esquema complexo, cujas regras são de difícil percepção. O que leva à concepção de uma obra de arte e ao reconhecimento como tal não é de todo linear, e seguem-se critérios vários consoante a posição ocupada na hierarquia dos mundos da arte. Esta hierarquia é feita, principalmente, segundo princípios financeiros. Esses princípios é que dão o estatuto e poder às várias entidades. Contudo, o inverso também não se pode afirmar como falso ⁴². Os estatutos sociais e culturais da obra de arte misturam-se com o seu estatuto económico ⁴³. É em função do mercado – logo na obra de arte como mercadoria – que as liberdades e restrições artísticas devem ser refletidas, esta relação complexa dita a sua forma fenoménica ⁴⁴, a forma como elas nos aparecem na imediatez ⁴⁵.

⁴² “Le statut social de l’oeuvre d’art n’a pas été moins attaqué que son statut économique, chacun des deux étant perçu comme renforçant l’autre” (Moulin, 1968: 26).

⁴³ “O funcionamento do sistema da arte contemporânea não é regido por uma lógica própria e específica – algo como uma eventual lógica artística -, mas é antes o resultado do cruzamento e da articulação de diferentes dimensões – económica, cultural e política – da vida social que nele se manifestam e combinam de uma forma, essa sim, peculiar” (Melo, 2012: 124).

⁴⁴ “É assim que as obras são expostas e penduradas nas colecções e nas exposições. Mas estão aí em si como as obras que elas mesmas são, ou não estarão antes aí enquanto objectos da empresa artística (Kunstbetrieb)? As obras são tornadas acessíveis à fruição artística pública e particular. As autoridades oficiais encarregam-se da sua protecção e manutenção. O perito em matéria de arte e o crítico de arte ocupam-se delas. O comércio de obras de arte vela pelo mercado. A história da arte faz das obras objectos de uma ciência. Será, então, no meio desta trama complexa que as obras vêm elas mesmas ao nosso encontro?” (Heidegger, 2012: 37).

⁴⁵ “(...) la spécificité de la configuration artistique actuelle qui réside dans l’interdépendance accrue entre le marché où s’effectuent les transactions et le champs culturel où s’opèrent l’homologation et la hiérarchisation des valeurs artistiques.” (Moulin, 1997: 7).

1.2. A obra de arte enquanto mercadoria⁴⁶

A obra de arte sempre teve o seu preço. Não é uma questão particular da contemporaneidade a atribuição de um valor monetário à obra de arte ⁴⁷. É bem conhecido o sistema de encomendas em que os artistas do Renascimento, e de épocas anteriores, viviam. Séculos atrás, a maior parte das obras de arte, mesmo que num contexto de ostentação ou luxo, visavam explicitamente satisfazer necessidades do comprador: ter um retrato seu ou da família, ter uma estátua no jardim, decorar igrejas. Os critérios que diferenciavam os vários artistas era a sua capacidade técnica e os gostos pelos diferentes estilos, quase sempre associados a uma localização geográfica, bem como às escolas a que pertenciam. A capacidade de bem executar a obra é que fazia crescer a popularidade do artista e por conseguinte o número de encomendas. Ser artista era uma profissão no sentido tradicional do termo; apesar de os mesmos, durante o Renascimento, começarem a adquirir o estatuto de “estrelas”, sentando-se à mesa com Papas e reis. A razão de ser do preçário de certo artista não era diferente dos critérios de diferenciação dos preços de um sapateiro: tempo, materiais, mão-de-obra, etc.

O que muda na contemporaneidade parte do próprio conceito de arte e da ambiguidade deste. Como definir o preço de uma tela completamente azul ou vermelha que qualquer um poderia fazer, contudo, por ser de certo artista tem de valer milhares ou milhões? Em parte, isso é justificado pelo contexto do mundo da arte, como falámos anteriormente. Porém, o alargamento do conceito “arte” trouxe cada vez mais dúvidas acerca do seu papel na sociedade. Para além dos fatores que influenciavam o preço de uma obra de arte há séculos

⁴⁶ Apesar de, neste capítulo, seguirmos conceitos usados por Marx, não estamos estritamente a fazer uma análise marxista da mercadoria obra de arte. No séc. XIX a obra de arte não apresentava as mesmas determinações que nos dias de hoje.

“Dal punto di vista delle teorie economiche, l’opera d’arte è vista come una merce del tutto particolare. Per un economista classico come David Ricardo (così come per Marx), per il quale la regola generale è che il valore di scambio dei prodotti risulta determinato dal valore del lavoro in essi incorporato, le opere d’arte (...) rappresentano un’eccezione, a causa della loro rarità e irriproducibilità. Il loro valore è determinato dalla limitazione estrema dell’offerta, al limite dalla loro assoluta unicità (nel caso di opere considerate eccezionali). La valorizzazione di queste rarità, il livello del loro prezzo, dipende fundamentalmente dal grado di desiderio e dal potere d’acquisto degli acquirenti. Si tratta dunque di un prezzo di monopoli, secondo Marx.” (Poli, 2011: 46). O que está dito nesta passagem é verdadeiro e, obrigatoriamente tem de entrar em nossa reflexão, no entanto, é apenas uma das determinações que fazem parte da “concretude” da mercadoria obra de arte.

⁴⁷ “Il est bien évident que l’art n’a jamais été sans prix. Les oeuvres d’art, comme les pierres précieuses et les perles, comme les objets de curiosité ont, dans toutes les sociétés marchandes, servi de «refuges» aux hommes riches et soucieux de sauvegarder leur fortune ou de placements spéculatifs aux parieurs aventureux.” (Moulin, 1968: 18)

atrás, acrescentaram-se às determinações da *mercadoria obra de arte* características próprias do progresso histórico. Uma mercadoria num sistema de produção capitalista não segue as mesmas leis de comercialização⁴⁸ que num sistema feudal. Enquanto num sistema feudal a mercadoria estava restringida a um meio de circulação relativamente pequeno, hodiernamente vivemos num sistema globalizado. Em poucas horas, pelo custo correspondente, obtém-se o que se quer e envia-se o que é vendido para qualquer ponto do mundo.

Começemos por ir às definições de mercadoria, para depois lhes acrescentarmos a carga artística que o intuito desta reflexão exige. Se tivermos atenção à definição de mercadoria, veremos que a obra de arte, em qualquer formato que nos aparece, participa desse conceito:

A mercadoria é, antes de mais, um objecto exterior, uma coisa, que, por meio das suas propriedades, satisfaz necessidades humanas de qualquer espécie. A natureza dessas necessidades, quer surjam, p. ex., do estômago ou da fantasia, em nada modifica a questão. Também não se trata aqui de saber como a coisa satisfaz a necessidade humana, se imediatamente, como meio de vida, i. é, como objecto de fruição, ou se por um desvio, como meio de produção. (Karl Marx, 1990: 45)

Também nós não sabemos, nem temos como desiderato saber, a razão pela qual a *mercadoria obra de arte*, satisfaz ou deixa de satisfazer alguém. Porém, a partir do momento em que é produzida, ou seja, a partir do momento em que a arte ganha o carácter de obra, adquire igualmente (esta) característica de mercadoria. A obra de arte é, a partir de então, um objeto exterior e visa satisfazer determinada necessidade. A necessidade que a obra de arte visa satisfazer atribui-lhe o seu *Valor de Uso*. Ou seja, o Valor de Uso da obra de arte é a

⁴⁸ “Algumas proposições relativamente simples permitem circunscrever o funcionamento de um sistema de comercialização. 1) A procura efectiva é criada pelo conjunto de pessoas dispostas a dar dinheiro por obras de arte. 2) Elas procuram aquilo que aprenderam a apreciar e a desejar, fundadas na sua educação e vivência. 3) Os preços são submetidos à lei da oferta e da procura. 4) As obras que o sistema contempla são aquelas que pode distribuir de maneira suficientemente rendível para continuar a funcionar. 5) Os artistas são em número suficiente para produzirem obras que o sistema pode efectivamente distribuir para poder continuar a funcionar. 6) Os artistas cujas obras o sistema não pode ou não aceita contemplar encontram outros meios de distribuição; ou então devem resignar-se a uma distribuição muito reduzida ou praticamente nula.” (Becker, 2010: 110). Não são totalmente falsas estas afirmações de Becker, no entanto, como o leitor se aperceberá ao longo do texto, não concordamos plenamente com a formulação deste sistema de comercialização.

utilidade que alguém lhe dá ⁴⁹. Será em função deste valor que se definirá o *Valor de Troca*, sem se afirmar que haja uma proporcionalidade direta entre ambos os valores ⁵⁰.

O Valor de Uso é definido pelo lugar que a mercadoria ocupa em certo ou determinado contexto. Exemplificando com uma mercadoria “normal”: é normal que o açafão, iguaria muito utilizada em Espanha na paelha, tenha um valor diferente nesse país do que no Canadá. Por conseguinte, os seus Valores de Troca também irão diferenciar. No contexto da obra de arte, podemos igualmente pensar segundo este *logos*. Não se trata, no entanto, da questão da oferta e da procura. Porque para chegarmos a esse ponto - pelo menos ao patamar em que é pensável essa lógica serôdia - temos de passar pelas razões que definem essa oferta e essa procura ⁵¹.

Quando pensamos uma obra de arte antiga conseguimos facilmente perceber porque é que ela tem os valores que lhe são atribuídos ⁵². Uma obra de arte de Leonardo Da Vinci tem um valor histórico intrínseco, é única na sua forma e no seu conteúdo: foi feita de determinada maneira em determinado contexto, é rara e irreproduzível – não falemos em falsificações ou imitações de naturezas várias. Mas, quando falamos de uma obra de arte contemporânea, não conseguimos perceber com a mesma exatidão o seu valor histórico. O valor cultural de uma obra feita hoje é passível de transformações drásticas, não tem a força atribuída pelo tempo. Conseguimos começar a perceber o brotar desses valores em artistas

⁴⁹ “A utilidade de uma coisa fã-la um valor de uso.” (Karl Marx, 1990: 46)

⁵⁰ “For Marx the commodity is a strange and complex thing, being at once a material object valued by its buyer because it has a use and, because of the action of the market, a bearer of monetary exchange-value. While uses are diverse and incommensurable, exchange values are all set on a single scale. For Benjamin Buchloh, in his pessimistic accounts of contemporary art, use-value is increasingly surrendered, and art (like money) has become a commodity of nearly pure exchange-value.” (Stallabrass, 2004: 88)

⁵¹ Ora, seguindo o nosso exemplo gastronómico, a diferença da oferta e da procura do açafão nos contextos espanhol e canadiano, deve-se aos fatores culturais de cada país. Assim, como a paelha é um prato típico em Espanha, é normal que haja um mercado mais desenvolvido desta especiaria neste país, havendo mais locais de venda e por isso a preços mais competitivos. No entanto, é possível que haja uma maior diversidade de qualidades de açafão em Espanha do que no Canadá, logo, é possível que entre a panóplia de açafões, num país e no outro, os nossos companheiros ibéricos tenham um género de açafão mais caro do que os canadianos, pois para estes a utilidade da especiaria é reduzida. Porém, as próprias razões do uso de açafão têm as suas raízes históricas e definem todo o progresso do uso e venda desse produto. Este exemplo caricaturado visa apenas facilitar a reflexão; não seguimos rigorosamente as determinações do mercado do açafão.

⁵² “A differenza del mercato d’arte antica, dove la rarità delle opere è effettiva, nel caso dell’arte contemporanea, soprattutto con gli artisti viventi, questa rarità è stata ed è, in buona misura, regolata artificialmente dalle specifiche strategie del sistema artistico (incentrato sulla selezione degli artisti di vertice e sul controllo monopolistico o oligopolistico della loro produzione), (...)” (Poli, 2011: 47)

como, por exemplo, o supramencionado Andy Warhol⁵³. Tendo sido o pai de uma rutura no mundo da arte, no mundo da arte ocidental, entende-se que a nível global atinja o Valor de Uso e o Valor de Troca verificados atualmente⁵⁴. Na perspetiva da utilidade, conseguimos compreender que devido ao lugar ocupado pelo artista na história recente, os detentores das obras deste artista têm possibilidades de rentabilizar as mesmas, os museus que fazem exposições em torno de Warhol têm casa cheia, ter uma obra deste artista dá estatuto. Na perspetiva do Valor de Troca, relacionando com o Valor de Uso e, identificando, por agora, com o preço atribuído às obras, percebe-se que isso faça com que haja muita procura e, por isso, haja um aumento dos preços em torno das obras deste artista. Porém, mais uma vez, ainda não estamos a ir à raiz da questão. Os valores culturais de certo artista também poderão ter origem numa criação artificial de valor monetário. Por ter impacto no mercado, tem impacto na cultura⁵⁵. Não é raro, no sistema da arte contemporâneo, criações de valores deste género que tornam confusa a deteção da razão que leva a certa posição na hierarquia do mundo da arte.

Para sermos radicais, dividamos para conquistar e mergulhemos em separado nos conceitos.

1.2.1. Valor de uso da mercadoria obra de arte

No séc. XIX, Eça de Queirós (1845-1900) descreve-nos em várias passagens de *Os Maias* a forma ostensiva como vivia a classe burguesa daquela época. É particularmente caricato lembrar como quando Carlos da Maia acaba o curso de medicina e monta o seu consultório em Lisboa recorre ao mais fino bricabraque para decorar aquele local, que viria a ser apenas

⁵³ Não só no campo artístico este artista é símbolo de uma rutura. Ele é símbolo, para alguns autores, igualmente da aproximação do mundo da arte ao mercado da arte: “De fait, l'évolution du capitalisme et la financiarisation de l'économie ont créé une interchangeabilité généralisée des secteurs de la société. L'étalon commun est devenu la valeur et, incontestablement, cela joue dans l'apparition du phénomène de l'artiste-entreprise. Pour moi, Andy Warhol est représentatif de cette rupture. Il a démystifié la création artistique et, en même temps, légitimé l'argent comme personne avant lui. On a là un artiste qui incorpore les valeurs issues du marché.” (Xavier Greffe, 2012)

⁵⁴ “Warhol é uma marca globalmente reconhecida com uma distribuição justa de obras pelo mundo, mas diz-se que uns quantos negociantes e colecionadores super-ricos fazem mexer o seu mercado.” (Thornton, 2010: 48)

⁵⁵ “Whereas ancient society was concerned with the specific quality of a thing, its use-value, the capitalist world is dominated by quantity, Exchange-value. Qualitative differences are reduced to simple quantitative relations.” (Lifshitz, 1976: 95)

local de ócio e nunca de prática profissional⁵⁶. Esta atitude descrita num romance, reforçada por outras passagens do mesmo, revela como as obras de arte, e o colecionismo adjacente, são mostras de uma posição que se ocupa na sociedade. É como estar a dizer: ‘Sou bom médico, porque tenho um consultório decorado com coisas caras e bonitas!’.

Quantas empresas não decoram os seus escritórios com obras de arte de alto gabarito para dar aparência de filantropia cultural!? Por outro lado, também existem compradores que seguem critérios puramente estéticos. Outros seguem critérios “práticos”, dependendo da natureza da obra de arte. Podemos afirmar que o Valor de Uso de uma obra de arte se fragmenta conforme a utilidade que cada um lhe dá. Mesmo que essa utilidade seja em função do Valor de Troca, tendo em vista apenas o seu valor monetário. Também aqui a arte tem características subjetivas – embora a subjetividade esteja sempre ligada a um contexto mais amplo do que o “eu”. O Valor de Uso são as características que a obra tem que a fazem ter certa posição em determinado contexto. Essas características podem ser intrínsecas ou não à obra; pode ser a estética, como pode ser a comercialidade da obra.

Não podemos esquecer que antes de ser arte, a obra é um conjunto de materiais. Torna-se obra de arte através da disposição dada a esses materiais pelo artista (adotando, assim, uma forma)⁵⁷. Quando falamos num patamar de artistas completamente desconhecidos, esse ato “organizativo” dos materiais não atribui qualquer preço à obra, sendo este praticamente a soma dos custos dos materiais gastos. Contudo, o Valor de Uso da obra difere da soma dos Valores de Uso dos materiais.

Ser arte é o primeiro Valor de Uso da obra. É no momento de produção, e com o artista, que este Valor de Uso aparece. Quando um pintor concretiza a sua obra, esta segue um padrão histórico atribuído à pintura, mas dependendo da forma e do conteúdo poderá adquirir uma utilidade diferente: seguir tendências para ser vendida, intervir socialmente⁵⁸,

⁵⁶ “Carlos mobilou-o com luxo. Numa antecâmara, guarneçada de banquetas de marroquim, devia estacionar, à francesa, um criado de libré. A sala de espera dos doentes alegrava com o seu papel verde de ramagens prateadas, as plantas em vasos de Ruão, quadros de muita cor, e ricas poltronas cercado a jardineira coberta de coleções do «charivari», de vistas estereoscópicas, de álbuns de atrizes seminuas, para tirar inteiramente o ar triste de consultório, até um piano mostrava o seu teclado branco.” (Queirós, 2007: 111)

⁵⁷ “‘Forma’ quer aqui dizer a distribuição e a disposição das partes da matéria pelos lugares do espaço, de onde resulta um contorno particular, quer dizer, o de um bloco.” (Heidegger, 2012: 21)

⁵⁸ Apesar de não ser exatamente essa a perspectiva da liberdade que estamos aqui a trabalhar, a arte, segundo algumas formas de pensar, também tem o propósito de lutar pela liberdade: “Um apelo à arte que intervém na vida social é intrinsecamente um apelo à liberdade, à imaginação, à fantasia, à descoberta e ao sonho. Ou seja: à não obediência a quaisquer «regras» obrigatórias, antes a consideração de que a criatividade artística, mesmo quando parte de certas «regras», acaba por modificá-las, ultrapassá-las e superá-las.” (Cunhal, 1996: 203)

ser vendida especificamente a certo colecionador. Porém, só socialmente, no mundo da arte, é que a obra atingirá o seu verdadeiro Valor de Uso, ou seja, um artista pode ter o objetivo de intervir socialmente através da sua obra, mas esta não terá essa utilidade se não for aceite como elemento interventivo pela sociedade. Pensemos na história de arte, no velho cliché do artista indigente em vida e reconhecido postumamente. A sociedade, talvez por ainda não estar preparada⁵⁹, não reconheceu a utilidade da obra desse artista enquanto era vivo. No entanto, agora a sua obra vale milhões e todos os museus querem ter peças desse artista. O Valor de Uso foi transformado socialmente, mas nasce na criação artística; pois sem esta não existia a obra⁶⁰ – qual lapalissada. Ou seja, os valores do mundo da arte são o resultado de uma constante adaptação deste ao artista e do artista a este, em ambos os sentidos.

Através de uma citação de Francesco Poli podemos perceber quais são, para este autor, as principais razões que levam a adquirir obras de arte de grande valor:

Si trata in particolare, da un lato, della funzione, con forti valenze ideologiche, di bene simbolico, il cui possesso è finalizzato all'accrescimento del prestigio dei proprietari (in quanto status symbol), e, dall'altro, della funzione economica, collegata alla prima, che considera il prodotto artistico dal punto di vista del suo valore di scambio, come un bene fonte di possibili utili e sovrutili (come investimento, bene rifugio o valore speculativo). (Poli, 2011: 46)

Nesta passagem estão apresentados alguns dos Valores de Uso da *mercadoria obra de arte*⁶¹. Esta utilidade não paira no ar. Esta utilidade das obras de arte é possível porque

⁵⁹ “Também nos apercebemos de que os mundos da arte acabam frequentemente por aceitar obras que haviam rejeitado num primeiro momento. De onde se pode deduzir que a diferença não reside nas obras em si, mas sobretudo na capacidade que um mundo da arte tem de acolher as obras e os seus autores.” (Becker, 2010: 196)

⁶⁰ “O artista é a origem mais importante de uma obra, mas as mãos por que passa são essenciais para a forma como aumenta de valor. De uma forma geral, todos os envolvidos no mercado da arte falam entusiasticamente sobre as proveniências a que estão associados.” (Thornton, 2010: 30). O valor mencionado nesta citação é o preço, que identificámos superficialmente com o Valor de Troca, no decorrer do texto aprofundaremos a relação com o Valor de Uso.

⁶¹ “L'utilité que retirent les consommateurs de l'usage d'un bien est corrélée positivement (rendements croissants d'adoption, mimétisme) ou négativement (rendements décroissants d'adoption, snobisme par exemple) à la consommation des autres. La satisfaction dépend dès lors à la fois des caractéristiques et de la qualité des biens mais aussi des modalités de l'échange. Les oeuvres d'art sont sujettes à ces rendements croissants d'adoption, de sorte que leur appréciation est en partie construite dans l'échange.” (Moureau, Sagot-Duvaurox, 2010: 5); “L'oeuvre d'art est un bien rare, durable, qui offre à son détenteur des services esthétiques (plaisir esthétique), sociaux (distinction, prestige) et financiers. Elle ne procure pas de revenus, mais, du fait qu'elle est un bien meuble,

existe um contexto que lhe dá esse significado. Adquirir uma obra de certo artista dá estatuto porque a sociedade reconhece esse ato como tal. Uma obra de arte valoriza porque existe um sistema económico no qual as obras são reconhecidas como títulos de valor económico. Assim, a produção artística também é feita em função destes princípios. Por um lado, a obra de arte adquire o seu Valor de Uso depois de já estar no mundo e independente da vontade do artista; por outro lado, o artista produz em função de ter certa ou determinada utilidade, porque só assim consegue vender. Com isto, não quer dizer que o que foi feito puramente para ser vendido não sofra uma inflação no seu Valor de Uso com o passar do tempo e mudanças de perspetivas. Nem se afirma que o que foi feito apenas por inspiração criativa, ou para ser guardado debaixo da cama do artista, não ganhe uma posição no mundo da arte de maior importância. O Valor de Uso de uma obra aumenta ou diminui consoante a quantidade e qualidade das utilidades que lhe são atribuídas no geral ⁶².

1.2.2. Valor de troca da mercadoria obra de arte

O Valor de Uso pode ser visto como o Valor de Troca materializado⁶³, é como coisa útil que existe a plataforma que permite a troca. O Valor de Troca é a tradução da posição que a mercadoria tem em determinado contexto, é uma relação com o que o rodeia. Na conceção que estamos a falar, ela capitalista, é a tradução (não em relação de proporcionalidade direta) do Valor de Uso em dinheiro⁶⁴.

O Valor de Troca é e não é, simultaneamente, o preço. O preço é a representação monetária do Valor de Troca. Por sua vez, o Valor de Troca dá a proporcionalidade pela qual uma coisa (útil) se troca pela outra. Pensemos numa época em que não havia dinheiro: cada

susceptible d'être revendu avec une éventuelle plus-value, elle constitue un objet potentiel de placement alternatif à d'autres actifs." (Moulin, 2009: 45)

⁶² Por exemplo, a *Mona Lisa* de Da Vinci tem um Valor de Uso extremamente alto, visto que consegue levar ao Louvre uma enorme quantidade de público e dá bastante estatuto ao museu. Se alguma vez fosse vendida seria tanto um grande elemento de atribuição de estatuto ao comprador como um ativo financeiro bastante rentável. Na base da pirâmide, a obra de um artista completamente desconhecido tem um Valor de Uso limitado à intenção da sua realização e a pouco mais, pois não tem um impacto abrangente.

⁶³ "O valor de uso só se realiza no uso ou no consumo. Os valores de uso constituem o conteúdo material da riqueza, qualquer que seja a sua forma social. Na forma de sociedade que vamos considerar eles constituem simultaneamente os portadores materiais do – valor de troca." (Marx, 1990: 46)

⁶⁴ "Thus art, a material manifestation of exchange-value, approaches the condition of that most abstract of commodities, money—and it is actually used like that by the rich, as a quasi-liquid form of speculative capital, with the consequence that great numbers of the objects in which that value inheres are locked away unseen in secure, purpose-built depositories." (Stallabrass, 2004: 90)

produto para ser trocado por outro tinha o seu valor em determinado contexto (caricaturando: com uma galinha em certo sítio conseguiam-se mais ou menos batatas do que noutra). Esse valor era em função do que certo produto representava em determinada sociedade. Com o dinheiro atribui-se um preço ao Valor de Troca de certo produto que, no contexto dos vários preços dos produtos em geral, é símbolo da sua posição na hierarquia. Seguindo esta lógica, uma obra que tenha o preço de dez mil euros vale dez vezes mais do que uma que valha mil ⁶⁵. Portanto, numa troca direta seriam precisas dez obras das de mil para trocar por uma obra de dez mil. Agora, abstraíamo-nos que alguma vez foi atribuído algum preço a qualquer uma das obras, conseguimos concluir com a mesma certeza a proporcionalidade entre as duas obras? Não é de todo linear esta diferenciação entre as obras.

Numa primeira situação, em que o artista não está ligado a nenhuma galeria ou marchand, ele poderá por própria intuição atribuir um preço à sua obra ⁶⁶. Aí, o preço dirá respeito apenas ao Valor de Uso que o artista dá à sua obra. Na mente do artista, este Valor de Uso corresponde à qualidade estética (ou conceptual, ou interventiva, qualquer que seja a intenção do criador) que ele lhe deu, especulando hipoteticamente um eventual valor comparando às obras que vê presentes no mundo da arte. No entanto, a obra ainda não foi reconhecida pelo mundo da arte, ainda não existe uma utilidade coletiva para a sua obra, ainda não há um certificado de qualidade dos especialistas. O Valor de Troca da obra de arte está suscetível de nunca ser colmatado por ninguém, ou apenas por compradores que vejam, subjetivamente, o Valor de Uso dado exclusivamente pelo artista.

É em função do Valor de Uso que uma obra de arte adquire o seu Valor de Troca e por conseguinte o preço associado. Quanto maior for a utilidade maior será o seu Valor de Troca. O Valor de Troca de uma coisa representa as outras coisas que se podem adquirir através dessa coisa. A esse poder de troca é dado um preço ⁶⁷. Contudo, isso não significa

⁶⁵ “Viewed from the standpoint of the objective relations of capitalist society, the greatest work of art is equal to a certain quantity of manure.” (Lifshitz, 1976: 93)

⁶⁶ “An artist is theoretically free to set a price that is perceived to be commensurate with the labor that went into the object. Similarly, the artist may set a price in accordance with demand. But, while artists are theoretically free to set any price they wish on an object, in practice this freedom is compromised by the realities of the art market.” (Rosenblum, 1986: 175)

⁶⁷ “O cristal-dinheiro é um produto necessário do processo de troca, no qual produtos de trabalho de diversa espécie são efectivamente igualados entre si e, por isso, efectivamente transformados em mercadorias. O alargamento e o aprofundamento históricos da troca desenvolve a oposição, latente na natureza das mercadorias, entre valor de uso e valor. A necessidade de manifestar exteriormente esta oposição com vista ao intercâmbio conduz a uma forma autónoma do valor das mercadorias e não descansa até ela estar definitivamente alcançada através da duplicação da mercadoria em mercadoria e dinheiro. Por isso, na mesma medida em que se completa a transformação dos produtos

que os critérios de atribuição não sejam feitos em função de especulação. Ou seja, o preço pode ser dado não em função do poder de troca, mas em função da possibilidade de crescimento de potencialidade de troca. Assim, uma obra de um artista pode não valer pela posição em que se encontra, mas pelo possível patamar em que se encontrará no futuro. Ou seja, uma obra tem determinado preço não pelo lugar que tem na história, porém, pelo lugar que poderá vir a ter; isto por comparação às tendências do momento (valores dados em função de certos mimetismos), participação em determinado movimento artístico, presença em determinada feira ou bienal. É dos fatores que influenciam essas medições que interessa falar, são eles que definem o estado do mundo da arte.

1.2.2.1. O valor de troca especulativo

Não são raros os paralelismos feitos entre a especulação do mercado da arte e a especulação do mercado da bolsa de valores. No entanto, com o fim de esclarecer as diferenças, citemos Raymonde Moulin:

L'analogie, trop souvent soulignée, en particulier par les médias, entre le marché des ventes aux enchères d'oeuvres d'art [a analogia estende-se também aos preços dados no mercado primário] et la Bourse des valeurs appelle de nombreuses réserves. La Bourse constitue un marché où offres et demandes se rencontrent et s'ajustent pour aboutir à un prix représentatif de l'état du marché. Une telle définition implique que toutes les unités de la merchandise soient interchangeables: les titres d'une société sont semblables et substituables les uns aux autres. Au contraire, le marché de l'art, et particulièrement celui des oeuvres classées, se caractérise par son absence d'homogénéité.

Dans un marché boursier, le cours est déterminé par l'affrontement de multiples vendeurs et de multiples acheteurs, dans des conditions de concurrence presque parfaite.

Dans le marché de l'art, les acteurs sont peu nombreux et le vendeur, mandataire ou propriétaire, se trouve en situation de monopole. (Moulin, 2009: 45-46)

A bolsa de valores, falando superficialmente, segue uma lógica de oferta e de procura em que a cotação é o preço representativo da flutuação dessa oferta e dessa procura. O mercado bolseiro flutua numa velocidade maior do que o mercado da arte. Os títulos de uma

de trabalho em mercadorias, completa-se a transformação de mercadorias em dinheiro.” (Marx, 1990: 104)

empresa não se distinguem entre si e a troca por outros títulos de outra empresa têm que ver apenas com o valor da troca: uma quantidade que perfaz o mesmo preço tem igual valor naquele instante; enquanto as obras de arte, na maioria dos casos, são diferentes umas das outras (mesmo os múltiplos são numerados).

Os valores da *mercadoria obra de arte* quase nunca são dados em função de princípios puramente estéticos ou artísticos⁶⁸, ou seja, a arte da obra não é o fator determinante de atribuição de valor (apesar de ser importante e entrar na equação, em graus diferentes dependendo do caso). A qualidade pode ser o ponto de origem, porém, essa qualidade é sempre em função de determinados contextos e de determinados parâmetros de avaliação, mesmo quando falamos das obras extremamente conceituadas.

O valor cultural não tem preço. O preço é uma especulação, uma estimativa para o valor cultural, num mundo em que se tenta traduzir tudo em cifrões. Assim, é chamado para o mercado quem e o que é útil a quem tem o poder de o fazer. Esses que têm o poder de pôr alguém no mercado, têm o poder de criar valores. Todavia, nos palácios também há hierarquias.

Sicuramente la qualità del prodotto artistico è una condizione considerata necessaria per la sua affermazione, ma il rapporto fra livello di qualità (riconoscimento storico-critico) e livello delle quotazioni non è affatto automatico e consequenziale. Ci sono, per esempio, artisti de importanza indubitabile le cui opere hanno quotazioni più basse di quanto si aspetterebbe, rispetto a una prevedibile media di mercato, e vice-versa ci sono artisti, del medesimo livello, con quotazioni molto più alte. Questo può dipendere dall'abbondanza o scarsità di opere in circolazione (...), ma dipende soprattutto dal potere delle strutture mercantili e museali di promozione e distribuzione che stano dietro a ciascun artista. Le più potenti sono naturalmente quelle al centro del sistema dell'arte e sono l'espressione della cultura dominante a livello mondiale. (Poli, 2011: 53)

Importa explorar também algo introduzido com esta última citação: a abundância e a escassez de obras no mercado. Fizemos menção a esse aspeto quando falámos das obras de valor histórico intrínseco onde é claro o fator “raridade”. Poderá haver a tentação de argumentar que a raridade da obra é que possibilita o aumento do Valor de Troca. Porém,

⁶⁸ “La valeur artistique et la valeur économique de l’oeuvre ne se recouvrent pas nécessairement. La première est le fruit des actions des instances de légitimation à travers la création de «petits événements historiques», la seconde résulte des actions de l’ensemble des opérateurs du marché.” (Moureau, Sagot-Duvaurox, 2010: 84)

essa raridade o que aumenta diretamente é o Valor de Uso da obra. Uma obra rara tem um número maior de utilidades: dá mais estatuto, chama mais pessoas ao museu, tem um maior potencial de rentabilizar. Não se desvanece, nem se desvia, esta relação. Contudo, essa raridade diz respeito essencialmente às obras dos períodos moderno e precedentes, quando falamos de arte contemporânea o principal argumento para atribuição de valor é a originalidade⁶⁹. Essa originalidade é definida pelo mundo da arte, logo, a todos os critérios de validação e de atribuição do Valor de Uso à obra.

Mesmo em artistas de um passado mais recente são definidos períodos de “qualidade artística” que representam igualmente as épocas em que os valores são mais altos no mercado⁷⁰. No entanto, também os artistas vivos ou seus associados artificializam estas atribuições de épocas férteis. Diminuindo a produção, ou a presença de determinadas obras no mercado, consegue-se controlar, até certo ponto, os valores de mercado das obras desse artista e, por conseguinte, do mesmo enquanto “marca”. Também não são raras as exceções de intervenção dos galeristas de certos artistas na compra de obras destes em leilão para manutenção do preço médio das obras no mercado⁷¹, em alturas em que se adivinha irem baixar⁷².

Nessas ações está contida a intenção de controlo da oferta e da procura. Mas ao pensar apenas em termos de oferta e procura só nos são oferecidos os dados quantitativos. O que

⁶⁹ “Trois éléments sont mis en avant: la non-reproductibilité du processus de création, la nouveauté de la proposition et l’authenticité, facteurs que nous avons synthétisés dans l’expression «convention d’originalité». Une oeuvre a désormais d’autant plus de valeur qu’elle est rare, innovante, authentique.” (Moureau, Sagot-Duvaurox, 2010: 14-15)

⁷⁰ “A hierarquia das obras reflecte um equilíbrio delicado entre raridade e popularidade, dimensão e tema. Os anos mais caros são 1962, 1963 e 1964, mas a qualidade da serigrafia tem influência no preço.” (Thornton, 2010: 48)

⁷¹ “There is less regulation in the so-called ‘secondary market’ of the auction houses, but even there the market is hardly free, with the setting of reserve prices below which works will not sell, and the manipulation of bidding by collectors and dealers, aside from recent scandals over systematic price fixing.” (Stallabrass, 2004: 101); “Auctions fix prices for artists’ work and are frequently manipulated by collectors or dealers paying over the odds to push up the value of their holdings. In the art world, these practices of price-fixing and insider trading, which would be illegal in any other realm of investment, remain commonplace.” (*Ibid.*: 126-127)

⁷² “Cette oeuvre fournit un autre exemple où les dimensions artistique, médiatique et financière sont entremêlées, créant une forte confusion quant à la valeur de la pièce. *For the Love of God* est une sculpture réalisée par Damien Hirst: il s’agit du moule en platine d’un crâne humain du XVIII^e siècle incrusté de 8 601 diamants. En juin 2007, l’oeuvre été exposée à la galerie White Cube de Londres. Le chanteur George Michael et son compagnon Kenny Goss, qui détiennent déjà des pièces importantes de Damien Hirst, se seraient alors déclarés intéressés par l’achat de cette pièce pour un montant d’environ 100 millions de dollars. C’est finalement un consortium (dont l’artiste lui-même fait partie ainsi que deux de ses galeristes) qui a acheté la pièce à ce prix. Au-delà du caractère médiatique de cette affaire (50 millions de coûts de production pris en charge par l’artiste), plusieurs polémiques ont éclaté.” (Moureau, Sagot-Duvaurox, 2010: 85)

realmente importa é perceber porque é que há determinada oferta e determinada procura e vice-versa. A criação de uma nova oferta vem sempre relacionada com as ofertas anteriores que, por sua vez, estão relacionadas com as procuras anteriores. A nova oferta pode ou não ter uma procura, assim, nesse caso, terá de ser criada. Quando diz respeito à arte, estamos a falar de critérios de utilidade bastante abrangentes, principalmente se compararmos a uma mercadoria comum como um prego ou um tacho, como pudemos perceber no subcapítulo anterior. Na atribuição de preços está latente essa própria utilidade. Essa utilidade tem que ver com o contexto, e dentro de um contexto também existem mimetismos, assim se criam tendências. Um género de obras tem impacto mediático por certa razão. Através de outro impacto mediático, é possível criar valor para obras semelhantes, assim se integram obras no mercado e se valorizam os seus preços. Como os autores Moureau e Sagot-Duvaurox apontam:

Quand la confiance qu'ont les personnes dans l'information artistique est élevée relativement à celle qu'ils ont pour l'information médiatique, alors l'imitation reste localisée. Dans ce cas, le mimétisme améliore l'efficacité du marché, les personnes non informées bénéficient des connaissances des autres en les imitant. En revanche, dans les situations où l'information médiatique prend le dessus et où l'imitation se généralise, on assiste à la formation de bulles spéculatives et les prix sont totalement déconnectés des fondamentaux, c'est-à-dire de l'inscription historique de l'oeuvre. À notoriété artistique et médiatique équivalente, les prix peuvent différer en fonction de la capacité des oeuvres à satisfaire les attentes, notamment décoratives, des collectionneurs. Au final, talent, hasard et stratégies se conjuguent pour former la valeur. (Moureau, Sagot-Duvaurox, 2010: 85)

Pensemos em como as exposições com grande afluência de público são exposições que tiveram enormes gastos em publicidade e marketing. As instituições com grande poder financeiro conseguem elevar os preços de um artista desta forma. Uma exposição com grande mediatismo está a criar um lugar para as obras do artista, não apenas num círculo fechado do mundo da arte, mas na sociedade - Picasso é conhecido por qualquer leigo. Esse patamar elevado a que sobe o artista faz com que as suas obras se tornem mais apetecíveis

para os compradores. Dessa forma cria-se um acontecimento histórico, o artista entra na memória de um povo, de uma sociedade, do mundo ⁷³.

1.2.2.2. O mito da lei da oferta e da procura

Temos vindo a mencionar várias vezes que a oferta e a procura em torno da *mercadoria obra de arte* não é tão importante como as razões que controlam e levam a essa oferta e a essa procura ⁷⁴. Este aspeto particular origina-se no fato de, numa perspetiva lata e pouco rigorosa, os clientes e fornecedores serem os mesmos. O mercado da arte é um círculo bastante fechado. Parte dos agentes deste mercado são tanto fornecedores como compradores:

L'offre et la demande se chevauchent, comme on le constatera en passant en revue les principaux acteurs du marche, qui peuvent être successivement ou simultanément en situation d'offre ou de demande. (Schmitt, Dubrulle, 2014: 19)

Desta forma se perpetuam os critérios que presidem o mercado da arte. Ora, se o papel dos agentes do mercado é híbrido, as decisões vão ser tomadas em função de agradar esse carácter multifacetado ⁷⁵. Contudo, é uma panóplia restrita de interesses a serem satisfeitos consoante uma hierarquia.

Pensemos no caso das galerias. As galerias são o ponto central de exposição e distribuição de arte contemporânea. Uma galeria é o melhor exemplo deste aspeto.

⁷³ Toda esta relação com o contexto social acaba por dar força e justificar a existência do mundo da arte: “L'émergence de la notion d'intérêt collectif du patrimoine, au plan d'abord national puis mondial, conjugue à la perception de l'objet comme trace matérielle de l'activité humaine, a imposé la Conception du bien culturel, dont la valeur patrimoniale ou collective dépend de connaissances, d'imperatifs de «contextualisation», d'exigences de divulgation qui vont très au-delà de sa simple réalité matérielle.” (schmitt, Dubrulle, 2014: 89-90)

⁷⁴ “(...) e [Lenin] ilustra esta idea, plenamente en el sentido de la exposición de Marx, mediante un ejemplo de la economía política: «El *valor* es una categoría que carece de material sensible, pero es más *verdadera* que la ley de oferta y demanda».” (Lukács, 1977: 189)

⁷⁵ “The art Marketplace is a set of interdependent relations between dealers, museums, collectors and artists. But, most important, the dealership system functions in a regulatory fashion by introducing artificial constraints and artificial homogenization among unique and dissimilar products. The dealership system, by borrowing aesthetic taxonomies generated in the disciplines of art history and art criticism, brings together unique items under a categorical aesthetic designation. By doing so, the suppliers set a pricing structure on the supply side, so that all aesthetic objects which cluster under an aesthetic rubric then come under the price which is generally attached to the value of that category. Therefore, for the dealer to assign an aesthetic label is to automatically obtain a price tag.” (Rosenblum, 1986: 175)

Normalmente são associadas à componente de oferta. No entanto, os seus principais fornecedores são os artistas, apesar de não serem propriamente compradoras (normais) do produto. Se querem manter ou aumentar a fasquia, terão de se colocar numa situação de procura, para conseguirem acompanhar as tendências do mercado ou, com mais risco, inovarem e trazerem novos valores ao mercado. Contudo, é nesse risco que o nosso tema se debruça principalmente. Se, por um lado, o mimetismo do mercado oferece, de certa forma, uma segurança, tanto para os vendedores como para os compradores; os primeiros saberão que venderão e os segundos que terão um valor estável. Por outro lado, arriscar trazer novos artistas, novas estéticas, novos Valores de Uso, pode conduzir à falência de uma galeria ou extinção da carreira de um artista. Principalmente para estes últimos a dificuldade é imensa, se as primeiras oportunidades no mundo da arte são escassas, as segundas oportunidades muito mais raras são.

Ao existir uma certa oferta não significa que exista uma procura que lhe corresponda. E ao haver uma certa procura, apesar da procura ser por norma menos original que a oferta, não significa que haja uma oferta que a satisfaça. O comprador normal de arte procura o que já existe nas galerias. No entanto, as galerias, enquanto exploradoras de novos territórios, buscam o que não existe nem sabem que existe. Quando encontram algo que lhes agrada, um possível Valor de Uso com um possível Valor de Troca, tratam de criar a procura para essa oferta. Isso é feito através de grandes investimentos em publicidade e em marketing, para além da reputação que a mesma já tem. As galerias capazes destes feitos, são as galerias do topo da hierarquia. Essas galerias definem a regra e as galerias mais pequenas vão atrás⁷⁶. Mesmo dentro do mesmo tipo de oferta, prevalece a oferta ligada aos fazedores de procura. Raymonde Moulin aborda esta questão:

Dans la période récente, le travail de promotion de l'artiste est devenu très exigeant, et le temps n'est plus où les marchands pouvaient, comme Vollard, attendre la fortune en dormant. Les grandes galeries sont contraintes d'avoir une politique de communication. Elles organisent des expositions en France et à l'étranger [nesta passagem a autora fala do caso francês, mas julgamos aplicar-se à generalidade dos casos], publient des catalogues, subventionnent des revues. Elles entretiennent des relations avec les collectionneurs, la critique, les institutions culturelles et la presse. (Moulin, 1997: 197)

⁷⁶ “Les marchands français ont cherché à minimiser le risque en s'appuyant sur une présélection opérée par des acteurs institutionnels ou par des galeries étrangères exerçant une primauté international.” (Moulin, 1997: 197)

A reputação dos marchands e a sua rede de contatos é a melhor publicidade que podem ter. Normalmente, estes marchands conseguem elevar a carreira artística dos artistas que se associam a eles. Este tipo de reputação cria o Valor de Uso da obra de arte, que se refletirá como oferta e procura. Uma grande galeria dita o que será o futuro do mercado da arte e por conseguinte do mundo da arte. São elas que mostram ao mundo a arte que existe. Não porque não haja outras galerias, mais pequenas, com arte tão boa ou melhor: porque são as galerias do topo da hierarquia que têm o poder de fazer as suas joias reluzirem até aos quatro cantos do mundo.

CAPÍTULO II

A LIBERDADE ARTÍSTICA

Refletir em torno da liberdade é pensar igualmente as restrições à mesma. Quando se fala de liberdade não nos referimos apenas às possibilidades de fazer aquilo que se quer, temos de contemplar, também, as condições de possibilidade⁷⁷ de se concretizar o desiderato⁷⁸. Assim, quando alguém fala em expor no MoMA, tem de abordar igualmente as condições de possibilidade que podem levar a realizar essa exposição, passando por todas as restrições que existem para que tal se concretize. A liberdade é um intervalo de possibilidades definido por uma dialética⁷⁹ entre o indivíduo e o mundo⁸⁰.

No primeiro capítulo do texto, distinguimos dois momentos fundamentais na vida de um artista, *o momento de produção* e *o momento de exposição*. Estes dois momentos são importantes para definir dois tipos de liberdades: *Liberdade de Produção* e *Liberdade de Exposição*. A liberdade aplicada à arte e segundo aquilo que temos vindo a dizer, num primeiro momento, define as condições de possibilidade de produção das obras, e, num segundo momento, define as condições de possibilidade de exposição das obras. Em ambos os momentos existem restrições particulares. Num exemplo, para reforçar esta noção antes de aprofundarmos: um artista não conceituado, em condições normais, não pode estar à espera de fazer uma obra que será imediatamente exposta no Centre Pompidou. Assim, a liberdade artística não é fazer o que bem se entende, é, sim, concretizar o pensado em função das restrições, em qualquer dos *momentos*.

⁷⁷ “Ciertamente, ‘posible’ significa en un sentido, como queda establecido, *lo que no es necesariamente falso*, en otro sentido lo que *es verdadero*, y en otro sentido lo que *puede ser verdadero*.” (Aristóteles, 2008: 1019b)

⁷⁸ “O espectáculo moderno exprime, pelo contrário, o que a sociedade pode fazer, mas nesta expressão o permitido opõe-se absolutamente ao possível.” (Debord, 2012: 25)

⁷⁹ “Não estamos, no entanto, perante nenhuma «positivação» simples da obra de arte, desagregada ou cindida do seu produtor imediato, para ser feita valer como «facto» (sem feitor). Trata-se, bem pelo contrário, da justa compreensão (dialéctica) de como a actividade criativa na obra incorporada (e determinante da valia *estética* que ostenta) corresponde a uma das componentes (inerentes, e essenciais) de um produto cultural que, uma vez «realizado», detém uma determinada «objectividade», no marco funcional de uma cultura que passa a circular.” (Barata-Moura, 2014: 109)

⁸⁰ “Com efeito, a liberdade absoluta na arte, que é sempre a liberdade num domínio particular, entra em contradição com o estado perene de não-liberdade no todo.” (Adorno, 2016: 11)

2.1. Liberdade de produção

Anteriormente, definimos o *momento de produção* como aquele momento em que o artista define a sua posição perante o mundo, essa posição é definida através da sua obra e na forma como é realizada. É neste momento que o artista cria um Valor de Uso⁸¹. O Valor de Uso neste momento ainda está, no caso dos artistas não-conceituados, a maior parte das vezes, completamente ligado ao artista; por conseguinte, a obra, aqui, ainda não possui qualquer Valor de Troca ou preço – ou este é bastante reduzido, dado pelo artista, sem grande difusão. Quando se trata de um momento de produção em que o artista recebe financiamento para realizar uma obra, a obra já terá no mínimo esse Valor de Troca subentendido. No caso de um artista conceituado, os seus momentos de produção já são em função de um valor adjacente à assinatura que, quando há financiamento, o financiador cumpre o seu papel em função de tal. A relação do artista com os fatores externos influencia a sua obra em graus diferentes. Por vezes, permite-o desenvolver a sua arte; noutras momentos, restringe-o às veleidades das contingências.

Ao centrarmos este capítulo no artista e não na obra, não estamos a tirar a importância desta; porém, pelo nosso prisma, é ele o sujeito que sofre as implicações da liberdade e da restrição, não querendo desculpabilizar o próprio. Não queremos fugir aos pontos em que o próprio artista tem um papel fulcral no seu próprio desenvolvimento. Aproveitando uma citação de Agostinho da Silva:

Mas deixe-me dizer-lhe o que penso: se você sacrificar a sua obra, é porque a não tinha: havia apenas o desejo da obra, a imaginação da obra, e nada mais. Porque se ela existisse! Você passaria por cima de tudo, esmagando tudo, sem piedade, com horror, mas sem piedade, como os couraceiros de Waterloo. Quem tem uma obra, a obra o tem; quem traz mensagem a há-de ler perante o rei; arqueja, mas lê, sufoca, mas lê, e depois de ler cairá por terra, mas já leu. É a posse mais terrível de todas, a escravatura mais completa, aquela que uma obra exerce sobre o seu criador. Se você a não fizer, é

⁸¹ “As obras de arte são fruto do pensamento, mas nem por isso deixam de ser coisas. O processo de pensar, em si, não é capaz de produzir e fabricar coisas tangíveis como livros, pinturas, esculturas ou partituras musicais, da mesma forma como o uso, em si, é incapaz de produzir e fabricar uma casa ou uma cadeira. Naturalmente, a reificação que ocorre quando se escreve algo, quando se pinta uma imagem ou se modela uma figura ou se compõe uma melodia tem a ver com o pensamento que a precede; mas o que realmente transforma o pensamento em realidade e fabrica as coisas do pensamento é o mesmo artesanato que, com a ajuda do instrumento primordial – a mão do homem – constrói as coisas duráveis do artifício humano.” (Arendt, 2001: 209)

realmente porque a não tinha, porque era fraco: a opinião dos seus amigos era apenas uma ilusão dos seus amigos. Se você for um criador não dará a felicidade nem a si nem aos que estão imediatamente à sua volta. (Silva, 1999: 235)

Esta citação é, de certa forma, demasiado poética para o tipo de texto e reflexão que aqui está a ser desenvolvida. Todavia, por muito breve que o façamos, não se pode deixar de relevar esse ponto. No ato da criação artística há sempre algo de poético, algo de sentimental, algo de subjetivo. Em primeira instância, a existência de qualquer obra parte do esforço e dedicação do artista à concretização da mesma, pelo impulso criador que o leva a exprimir-se desta ou daquela forma. A primeira barreira à liberdade criativa está no próprio autor e no próprio grau de dedicação deste. Mas essa é uma reflexão e um caminho que diz respeito apenas ao artista e que mais ninguém consegue chegar a esse íntimo, para o bem e para o mal. Terminada esta breve passagem pela filosofia poética de Agostinho da Silva, e pela chamada de atenção a uma componente que não teremos muito em conta, passemos a nossa reflexão para o campo empírico.

2.1.1. A formação do artista

A academia teve a sua função rigorosa no estabelecimento de princípios e de aceitação no mundo da arte, que depois levaria à inserção num mercado ⁸². Sistema este que em pouco se assemelha ao dos dias de hoje. Na ambiguidade concetual da contemporaneidade, encontra-se também uma ambiguidade no que ensinar. Ora, se tudo é possível, como ensinar a totalidade dessas possibilidades? Assim, a própria utilidade das *escolas*⁸³ é posta em causa.

⁸² “Durante o período de vigência do modelo académico, como a própria designação sugere, a escola, a Academia, tinha um papel decisivo, que, de resto, ultrapassava largamente o ensino em sentido estrito, porque dela dependia no essencial a atribuição da condição de artista e o acesso ao correspondente reconhecimento social com as devidas implicações políticas e económicas. Esse modelo corresponde a uma época histórica em que existia uma noção de arte claramente dominante com um conteúdo definido, consubstanciado num conjunto de regras e princípios cuja aprendizagem e aplicação conduzia à aquisição do estatuto de artista.

Depois da desagregação do modelo académico, no final do século XIX, não voltou a existir nenhuma situação em que um único paradigma afirmasse o seu domínio de uma forma exclusiva.” (Melo, 2012: 69)

⁸³ “School is the instrument through which intellectuals of various levels are elaborated. The complexity of the intellectual function in different states can be measured objectively by the number and gradation of specialised schools: the more extensive the «area» covered by education and the more numerous the «vertical» «levels» of schooling, the more complex is the cultural world, the civilisation, of a particular state.” (Gramsci, 1999: 143)

O consenso, entre os especialistas, de que «não se pode ensinar a ser artista», pode ser desenvolvido até à questionação da própria necessidade ou utilidade das escolas de arte – tópico cuja carga problemática se torna mais forte em momentos de crise aberta das várias teorias sobre o que seja ou deva ser a arte e, portanto, também sobre os correspondentes saberes e formas de os transmitir. (Melo, 2012: 67)

Contudo, a primeira questão que define o contato com a sociedade, mesmo por contradição – a falta de contato -, está associada à formação do artista. A formação, seja esta académica, ou não, é o primeiro aspeto exterior a definir as condições de possibilidade da prática artística e, por conseguinte, da liberdade artística. A formação do artista pode constituir tanto uma restrição como uma libertação. É uma restrição quando funciona como uma formatação, agrilhoando o artista aos valores da sua escola, não permitindo que este inove. É uma libertação quando fornece as ferramentas necessárias para o criador pôr na prática o que concebe no pensamento.

Todavia, a formação de que se fala na contemporaneidade pode não ser uma formação estritamente académica, pode ser uma formação autodidata. Através de vários meios, como livros, internet, filmes, o artista pode se auto-formar, adquirir conhecimentos que influenciarão e permitirão a produção artística. Este aspeto que é externo, depende igualmente do artista enquanto indivíduo, é um caminho que depende dele, construído por ele. Porém, há que ter em conta o que está próximo da realidade do artista, ou seja, os fatores que determinam a formação, desde a localização geográfica à capacidade financeira para procurar e integrar essa formação. Dando um pulo para uma perspetiva que à frente abordaremos, releve-se que este também é o ponto que mais tarde também constituirá as primeiras possibilidades de exposição.

Quando um artista está ligado a uma academia aí adquire uma certa rede de contactos, desde os seus colegas, aos seus professores. Estes últimos estão muitas das vezes ligados ao mercado da arte, direta ou indiretamente: são eles próprios artistas com atividade consistente ou têm conhecimentos nesse mundo ⁸⁴. As escolas normalmente têm espaços próprios onde os artistas podem produzir, algumas facultam materiais ou dão a possibilidade dos alunos os adquirirem a preços mais baixos do que para o comprador comum.

⁸⁴ “(...) dall’altro lato è anche vero che per molti giovani de qualità queste istituzioni rappresentano un luogo dove, comunque, circola spesso l’informazione artistica aggiornata, e dove è possibile incominciare l’integrazione nel mondo dell’arte, sviluppando relazioni e amicizie con insegnanti, artisti o critici validi e con gli altri giovani più motivati.” (Poli, 2011: 184)

O grande problema com as escolas é quando estas impõem determinada corrente ou estilo ao aluno. Na contemporaneidade, essa rigidez de pensamento é uma desvantagem perante a “concorrência”. Um mundo com um horizonte teórico vasto exige uma reflexão aberta e abrangente, tanto teoricamente como na prática e execução dessa teoria. Com isto, queremos dizer que uma escola de artes que restrinja um artista a pintar telas, está a castrar a sua imaginação que o pode levar à videoarte, por exemplo. As imposições feitas pelas escolas podem ter raízes várias, desde a tradição que lhes é associada, a uma procura de encaminhamento para as tendências do momento, nomeadamente a ver com o mercado da arte. É na relação com o mercado da arte que a autora, Raymonde Moulin, descreve as escolas de arte atuais:

Le succès des nouvelles écoles d’art se mesure à leur capacité de former un type social nouveau d’artiste et d’accélérer son intégration dans le monde et le marche de l’art. Certes, la décristallisation de la formation et la faible sélectivité des diplômes ont multiplié les candidats à l’entrée dans le champ artistique et accru la compétition entre les aspirants artistes. Mais les écoles renommées fonctionnent comme des viviers où s’approvisionnent les acteurs culturels et économiques. Dès lors, c’est sur le tas, par accumulation d’informations et d’expériences, que l’artiste débutant pourra mesurer l’adéquation entre ses aptitudes et les conditions de réalisation d’une carrière dans le système actuel d’organisation de la vie artistique. (Moulin, 1997: 322-323)

Como diz Moulin, *a fortiori*, o aluno/artista é que tem de encontrar o equilíbrio entre a sua formação e o que deseja fazer, para encontrar nas condições de possibilidade do mundo um lugar que o satisfaça. Em última instância, a formação académica, hodiernamente, não define o sucesso do artista ⁸⁵; a vantagem do diploma está em poder exercer ele próprio o cargo de formador ⁸⁶.

⁸⁵ “Anche se, ancora oggi, per la maggioranza degli artisti la frequentazione di scuole d’arte e di academie caratterizza la prima fase della loro formazione, questo periodo di apprendimento non viene considerato generalmente come determinante per la definizione del loro status professionale, neanche dagli stessi artisti. In primo luogo perché il diploma o la laurea in belle arti non determina automaticamente artisti «patentati» (a differenza delle lauree direttamente professionalizzanti); tuttalpiù è un titolo valido per poter insegnare materie artistiche nelle scuole. Sarebbe come pretendere che la laurea in Lettere abilitasse ufficialmente alla professione di scrittore o poeta. In secondo luogo, soprattutto, perché, nel campo dell’arte, la formazione da autodidatta è diffusissima e non ha connotazioni negative per gli addetti ai lavori, anzi viene spessissimo sbandierata dagli artisti come una dimostrazione della priorità della «vocazione», e come una prova della propria autonomia e libertà creativa. A questo proposito conta ancora molto l’immagine romantica e poi d’avanguardia,

Quanto aos formadores, a seguinte afirmação devia ser uma verdade para todos eles:

Le souci manifesté par les éducateurs n'est pas seulement d'adapter l'enseignement aux nouveautés technologiques et culturelles du temps présent, mais de former l'homme de demain. (Dubois, 2001: 151)

2.1.2. Financiamento

Qualquer produção de uma mercadoria - a obra de arte não é exceção - começa pela matéria prima necessária. No caso das obras de arte em geral, são os materiais dispostos de determinada forma, forma essa dada pelo artista, que constituem a obra de arte. Quando falamos num artista ligado a uma certa academia, pode ser fácil, dependendo da academia a que está ligado, a aquisição desses materiais. No entanto, o material pode ser uma das restrições que o artista encontra logo à partida. Nas palavras de Howard S. Becker:

O artista pode necessitar de um material muito específico e que mais ninguém utiliza ou, pelo contrário, pode usar um material corrente e normalizado muito fácil de encontrar, e isso tem influência sobre o seu trabalho. É a organização da produção económica da sociedade que determina quais os materiais que estão disponíveis e sob que condições. (Becker, 2010: 82)

Esta variação de materiais que Becker refere depende, na perspetiva artística, da forma que se quer dar à obra. Realizar uma escultura em bronze não tem o mesmo custo de uma escultura em gesso, ou pintar em tela não custa o mesmo que pintar em papel. Nem tão pouco o tempo utilizado para realizar obras em diferentes materiais é o mesmo. Aqui, vemos dois fatores para os quais é necessário financiamento, a compra dos materiais a serem utilizados na produção da obra e o tempo utilizado a realizar a obra.

Um artista cuja sua prática não seja autossustentável terá de recorrer a outras formas de financiamento para poder continuar a sua atividade. Por outro lado, um artista conceituado não terá de todo essa dificuldade, muitas vezes tendo os materiais à sua disposição em

dell'artista che non può sottostare ai condizionamenti delle regole e dei canoni accademici («l'arte non si può insegnare»)." (Poli, 2011: 184)

⁸⁶ "Una delle principali fonti di sostentamento per gli artisti è l'insegnamento di materie artistiche nelle scuole secondarie e nelle accademie." (Poli, 2011: 185)

excesso⁸⁷. Para estes últimos, nem tempo nem dinheiro é uma restrição à prática artística. Enquanto que, para os artistas não-conceituados, a questão do financiamento constitui a maior barreira à produção artística. Recorrentemente, para se financiarem, têm de ter outros empregos que permitam ganhar dinheiro para sustentar a sua produção de obras de arte, ocupando desta forma parte do tempo que podia ser utilizado para a sua prática artística⁸⁸.

O acesso aos meios de produção resulta conseqüentemente da posição geográfica do artista. A existência e os custos dos materiais dependem do local onde o artista “existe”. O posicionamento geográfico é um problema que sobressai mais no momento de exposição, os números dos estudos são em função desse momento. Todavia, é errado pensar, mesmo com as facilidades tecnológicas, que um artista que reside na província tem o mesmo acesso aos meios necessários à produção que um artista residente numa grande metrópole. Esse acesso pode ser pensado de maneira inversa quando os meios necessários são elementos existentes em maior quantidade nas zonas de província ou se estivermos a falar do espaço para a conceção da obra – então se falarmos de *land art*, a possibilidade de ser executada numa zona citadina é muito restrita e está dependente de contratos com as entidades que gerem esses espaços. Ou seja, a possibilidade de concretização varia consoante a forma da obra, com condicionantes geográficas.

Ora, os artistas, dependendo do seu contexto, procuram meios para concretizar aquilo que ainda só existe no pensamento. Um artista abastado – por razões várias, família⁸⁹, herança, prémios de lotaria, ... , – consegue, independentemente da sua localização geográfica, fazer com que lhe cheguem esses meios e criar as condições necessárias à sua produção⁹⁰. Por sua vez, os que não têm essa mesma facilidade dependem de terceiros para

⁸⁷ Nas palavras do cineasta Robert Bresson: “A faculdade de me servir bem dos meus meios diminui quando o seu número aumenta.” (Bresson, 2000: 15)

⁸⁸ “L’identité professionnelle de l’artiste ne peut dépendre ni de l’exercice à plein temps de l’activité artistique, ni des ressources provenant de cette activité.” (Moulin, 1997: 256)

⁸⁹ A questão de familiares já presentes no mundo da arte exerce uma influência positiva na carreira artística. Essa influência no momento de exposição pela rede de contatos também é notória. Contudo, no momento de produção, pela instrução que pode ser facultada, pelo facilitismo de aquisição de materiais, pela abertura à escolha de carreira, também é evidente essa influência. “L’analyse comparée des professions des parents montre que l’héritage professionnel (transmission d’une familiarité avec le monde de l’art et/ou d’une culture et d’une pratique spécifiques) exerce un effet positif sur la carrière artistique.” (Moulin, 1997: 279)

⁹⁰ Relembremos o conceito de “ideologia imagética” de Hadjinicolaou. A facilidade de produção criada pelas condições sociais burguesas, resultam numa perpetuação da ideologia imagética burguesa no mundo da arte.

Nesta questão, importa também mencionar o conceito de *intelectual orgânico* de Antonio Gramsci: “Every social group, coming into existence on the original terrain of an essential function in the world of economic production, creates together with itself, organically, one or more strata of

conseguirem levar avante a sua produção.

Talvez a necessidade de financiamento seja ainda mais evidente na contemporaneidade:

Le nouveau schéma de production implique qu'un producteur, public ou privé, ou des producteurs associés accorde(nt) à un artiste les moyens financiers nécessaires à la réalisation d'un projet, qu'il s'agisse d'installations monumentales, d'installations vidéo, de vidéoperformances, de photographies ou de peintures de très grand format, etc. (Moulin, 2009: 107)

Com esta citação de Raymonde Moulin, entramos no ponto importante das parcerias que os artistas estabelecem com galerias, mecenas, com o estado, fundações, e outras entidades, para a produção de obras ⁹¹. Quando a produção de uma obra de arte é em função de uma relação deste género, existe uma convergência dos Valores de Uso da *mercadoria obra de arte* ⁹². O financiamento de um projeto será sempre feito em função de um interesse das múltiplas partes ⁹³. O artista adquire as condições (materiais) necessárias para fazer a sua obra e como tal ganha visibilidade. Estas parcerias podem ser estabelecidas em função de rentabilização dos lucros por parte dos patrocinadores dos projetos: exclusividade de direitos

intellectuals which give it homogeneity and an awareness of its own function not only in the economic but also in the social and political fields.” (Gramsci, 1999: 134-135)

⁹¹ Alexandre Melo dá-nos uma listagem abrangente dos vários tipos de financiadores:

“ – galeristas com que o artista trabalha e que recebem em contrapartida do pagamento dos custos de produção o direito de venda da peça com uma taxa de lucro estipulada antecipadamente ou não;
- colecionadores que recebem em troca um tratamento preferencial na compra da peça em questão ou de outras, traduzindo-se esta preferência no direito a primeiras escolhas ou em reduções de preços;
- instituições que financiem a produção de uma peça com vista à sua aquisição ou apresentação numa exposição da sua responsabilidade, o que configura uma situação próxima da encomenda;
- mecenato ou subsídios oficiais em sentido lato;
- apoio de artistas com uma situação económica mais vantajosa ou de um grupo informal que, por razões de solidariedade pessoal ou cultural, decide viabilizar a continuidade do trabalho de um determinado artista.” (Melo, 2012: 34)

⁹² Uma visão positiva: “Resumindo, um sistema de mecenato instaura uma relação directa entre aquilo que os mecenas querem ou podem compreender e o que os artistas realizam. O mecenas paga e não decide cada toque ou pincelada, mas antes o género e os temas que lhe interessam. Escolhe artistas que lhe possam dar aquilo que deseja. Num sistema de mecenato que funciona bem, os artistas e os mecenas aderem a convenções e a uma estética comum, graças às quais podem cooperar na produção de uma obra: o mecenato através do apoio financeiro e das directrizes, enquanto o artista contribui com a criatividade e o trabalho de execução.” (Becker, 2010: 107).

⁹³ “Lorsque la production est financée par une institution, il est fréquent que soient établis des contrats qui prévoient le remboursement des frais de production de l'oeuvre par l'artiste ou la galerie, si la vente est effectuée dans un délai inférieur à deux ou trois ans.” (Moureau, Sagot-Duvaurox, 2010: 102)

de exploração das obras, direito de compra da totalidade das mesmas, etc.; ou como incentivo à criação artística. Porém, estes contratos são feitos, quase sempre, com artistas já com algum nome, mesmo quando diz respeito a financiamentos de dinheiros públicos, pela simples razão de serem de uma utilidade maior a quem financia/investe. Alguns tipos de suportes ou formas de arte – por vezes de proporções megalómanas - exigem já um destinatário, um espaço onde elas vão ser mostradas ou um comprador ⁹⁴.

Quando há financiamento está a criar-se um Valor de Uso no seio de uma coletividade, esse Valor de Uso ganha um lugar no mundo e diz respeito a um público. Assim, o artista para além de ter um acesso maior aos materiais necessários, já terá à partida um Valor de Troca maior para a sua obra. A procura constante, por vezes incessante, por financiamento, molda a mentalidade dos artistas e faz com que estes passem a pensar cada vez mais em função do Valor de Troca da mercadoria, e não no Valor de Uso pessoal, negligenciando o que os fez começar a produzir ⁹⁵. Contudo, apesar de ser um estado de coisas que não beneficia a cultura, entende-se que assim seja, visto que, o tempo e esforço despendidos a procurar financiamentos são maiores (e mais confrangedores) do que os usados na execução da obra.

Em primeiro lugar, quando o artista procura financiamento é para poder produzir aquilo que quer e é ele próprio quem fixa a margem de negociação entre o que quer fazer e eventuais «influências» ou «pressões» dos financiadores. O exercício desta autonomia do artista é tanto mais possível, e é este o segundo aspecto para que queremos chamar à

⁹⁴ “Il s’agit des moyens matériels, humains ou encore financiers, nécessaires à la réalisation du projet de l’artiste. Les installations, les performances ou les photographies, lorsque les formats sont importants, requièrent la mobilisation de capitaux importants et induisent en outre une délégation de la production vers une système technique particulier ou un laboratoire.” (Moureau, Sagot-Duvaurox, 2010: 101); “Installation no longer necessarily resists commodification, since it is now often moved and paid for. Even when this is not the case, it is regularly used by artists and dealers as a loss-leader for more marketable products.

Installation is not medium-specific or itself a medium. It encompasses video and increasingly older media like painting, and may be seen as a spatial art in which all media—even elements of performance—are subsumed.” (Stallabrass, 2004: 24-25)

⁹⁵ “Mesmo os pequenos colectivos de jovens actores ou artistas plásticos, por exemplo, sabem hoje que um dos pontos de partida de qualquer projecto criativo é o desencadear das operações de financiamento, promoção e enquadramento que permitirão viabilizar a sua concretização e divulgação. Sem mediação não só não existe recepção como, em muitos casos, não chega a poder existir criação.” (Melo, 2016: 36); “In a further stage, even the pretence of achieving use-value in art is dropped, as artists simply reflect and examine the new scene in which there is no distinction between art and commodity culture, and they do so without critique or the desire for change.” (Stallabrass, 2004: 88)

atenção, quanto existe uma grande diversidade de meios de financiamento e uma grande variedade social de zonas de gosto e de preferência estética.

Entretanto, importa igualmente relativizar esta imagem de autonomia do artista, especificando que ela se aplica tanto mais facilmente quanto maior é o reconhecimento público do artista e quanto mais razoável economicamente é o rácio entre o custo de produção e o valor de mercado das suas peças. (Melo, 2012: 35)

A Liberdade de Produção é restringida pela facilidade de financiamento que o artista tem; por sua vez, este facilitismo é condicionado pela posição na hierarquia do mundo da arte em que se encontra esse criador. No que diz respeito ao momento de produção, há que ter em conta as dificuldades de um artista desconhecido, emergente ou não-conceituado em estabelecer este género de parcerias para conseguir produzir as suas obras. Apesar de toda a dificuldade em obter financiamentos, a vertente de financiamento com dinheiros públicos, por vezes, é a mais fácil, principalmente para os artistas com um maior valor cultural do que financeiro. O Estado é, na maioria dos casos, a parceria mais importante para um artista:

Por seu lado, o mecenato de Estado oferece a possibilidade de expor as obras nos locais mais prestigiados ou mais frequentados. Quando as administrações públicas encomendam obras, comemorativas ou não, destinadas a espaços públicos, constitui-se um sistema de apoio com o qual os artistas podem, por vezes, contar. Mas ele é aleatório, porque a arte não faz parte das despesas públicas prioritárias. Por outro lado, os funcionários têm geralmente contas a prestar aos seus superiores, que nem sempre têm um gosto apurado, ou então precisam de agradar a um público pouco conhecedor. Por todos estes motivos, as encomendas oficiais dirigem-se preferencialmente aos artistas mais representativos dos valores e dos estilos consagrados (...). Como resultado, as obras definidas como politicamente radicais, obscenas, sacrílegas, ou distantes dos critérios convencionais da arte, não são contempladas com as ajudas públicas em nenhum país. (Becker, 2010: 108)

O dinheiro público permite ao artista não-consagrado tornar material o seu projeto. As necessidades podem não ser exclusivamente financeiras, pode haver necessidades que têm que ver com recursos humanos ou espaciais. Uma instalação necessita de um espaço maior que uma tela e requer uma equipa de montagem de preferência especializada. Uma performance necessita de um espaço onde o público possa assistir. Contudo, tal como nos financiamentos privados, a ajuda à produção visa um Valor de Uso. Habitualmente, pré-

estabelecido através de outras instituições que não o Estado. Fugir a esses valores, por mínimos que sejam, está fora de questão. No entanto, há que distinguir estes concursos públicos gerais, das bolsas para estudantes, concursos exclusivos para artistas em formação, estando estes ligados, normalmente, à academia.

Voltando à questão geográfica e desenvolvendo a partir daí, existe uma discrepância enorme entre os vários países do globo. Não só entre repúblicas e estados ditatoriais⁹⁶, ou primeiro e terceiro mundo, como entre as ditas democracias do mundo ocidental e entre todos os países chamados desenvolvidos⁹⁷. A diferença entre um artista norte americano e um artista português é abissal. A quantidade de artistas existentes num país e no outro, não resulta apenas da proporcionalidade populacional, mas, também, do poder do mercado da arte que, por sua vez, depende do desenvolvimento económico de cada nação. Os países com um mercado da arte mais desenvolvido investem mais em formação, em bolsas, na disponibilidade de meios para a concretização das obras, tanto numa perspectiva pública como privada. É esta possibilidade de continuidade de produção que reforça o mercado e constrói valores (artísticos e financeiros)⁹⁸. Um artista que nasça num país com um mercado da arte desenvolvido, que tenha os meios financeiros para produzir as suas obras e a formação necessária para as conceber, tem maior liberdade de tomar a sua posição para passar ao momento de exposição. Todavia, a capacidade de inovação também passa pela rentabilização máxima dos poucos meios que se tem.

Importa sublinhar que, apesar de ainda se notarem hodiernamente estas discrepâncias, teoricamente cada vez surgem mais vozes, nomeadamente nos ditos estudos da globalização,

⁹⁶ A relação entre o poder político e a produção artística revela-se principalmente pela possibilidade de financiamento a obras que irão contra o regime vigente. Tendo em conta que o mercado da arte não se dissocia do mercado geral, serão poucos os financiadores dispostos a arriscar também o seu estatuto, ou vida quando se trata de uma ditadura. No entanto, a arte de intervenção é também conhecida por inovar ao rentabilizar poucos meios. Falando de formas de arte que não exijam financiamento, a questão principal é a exposição das mesmas, visto que produzir isoladamente qualquer um pode qualquer coisa, as consequências de tal é que se tem de ter em conta.

⁹⁷ “Firstly, the economy of art closely reflects the economy of finance capital.” (Stallabrass, 2004: 4)

⁹⁸ “Aplicando a noção de centro artístico, observamos que o poder dos referidos centros artísticos se manifesta na capacidade de regularmente lançarem artistas ou grupos de artistas com um enquadramento suficientemente eficaz para os divulgar e impor a nível internacional num espaço de tempo relativamente curto.

A eficácia do enquadramento é assegurada por factores como a robustez da base económica – compradores e vendedores – que suporta o lançamento dos autores, a consistência da rede de apoios institucionais, e uma capacidade de intervenção mediática que permite obter uma intensidade e velocidade óptimas de produção e difusão de informações. Acresce ainda o facto de cada novo grupo de autores, quando surge associado a um determinado centro historicamente prestigiado, beneficiar, por assim dizer, do prestígio ou da caução anteriormente acumulada pelos nomes que, nesse mesmo centro, os precederam.” (Melo, 2016: 58)

que defendem a homogeneização a nível global das práticas artísticas e do mercado da arte. Principalmente através da multipolarização:

Provavelmente, já não é pertinente olhar o mundo da arte como uma estrutura dominada da forma quase absoluta por um ou dois centros. A própria crise dos centros leva-nos a pensar que o mundo da arte poderá estar a evoluir no sentido de uma estrutura multipolar em que não há um, mas vários centros, em que não há uma mas várias hierarquias. (Melo, 2016: 66)

É verdade que, se há um século atrás o centro do mundo da arte era exclusivamente Paris; hoje, o centro divide-se por várias cidades (Nova Iorque, Hong Kong, Londres)⁹⁹. Chamamos-lhe uma divisão do centro porque os atores são os mesmos. Ora, nesse escalão quem opera são as mesmas pessoas, quase sem divergência geográfica. Percorrendo a hierarquia dos leilões, feiras, bienais, vamos encontrando vários pontos geográficos de interesse dispersos pelo globo. Contudo, a nível da produção, descartando as “curiosidades” étnicas, são evidentes as discrepâncias de possibilidades.

A liberdade artística no momento de produção não se passa da mesma forma com todos os artistas. Um artista conceituado tem maior facilidade de adquirir financiamentos, tem Valor de Uso abrangente na sociedade. No entanto, esse valor está associado a um género de arte a que ele nos habituou e, por isso, talvez seja mais complicado arranjar financiamento para algo que não é o seu estilo habitual, ou medium que lhe deu valor. Um artista não-conceituado adquire financiamento para os seus projetos mais dificilmente. Porém, o seu financiamento está ligado principalmente a concursos. Como tal, é um projeto que teve toda a liberdade criativa. Nenhum género de artista é completamente livre de produzir o que lhe convém. Mesmo para o artista que lhe é dada toda a liberdade de criação, com financiamentos ilimitados, essa liberdade é momentânea: se desiludir, dificilmente terá outra oportunidade. Só o artista que consegue produzir para si próprio e por si próprio consegue ser livre, mas isso é raro; estes raramente chegam ao mercado da arte ou ao mundo

⁹⁹ “Segundo: quando se refere circulação internacional, fala-se a partir de que ponto de vista? Porque, mesmo admitindo o fenómeno recente e epocal de alguma disseminação, ainda é válido que a um ponto de vista – o dos centros (Paris, Londres, Berlim, Nova Iorque), com os seus mercados, a sua economia, os seus mecanismos de circulação, de produção e de apresentação – se opõe outro ponto de vista – aquele que é formulado a partir das periferias (Lisboa, Buenos Aires, Praga, Joanesburgo ou Pequim), com as suas dificuldades de informação, ausência de mecanismos de circulação, especificidades linguísticas que são limitativas, dificuldades de produção e, porventura o mais difícil, com a incapacidade de competir com a ofensiva do mercado do Norte e do Centro da Europa e dos Estados Unidos e do Canadá.” (Ribeiro, 2011: 249)

da arte, tornando-se difícil, senão impossível, dissertarmos acerca deles.

Com tudo o que foi dito neste capítulo, vamos ao encontro à teoria de Becker que nos diz que a produção artística depende de uma cooperação no seio dos *Mundos da Arte*. Esta cooperação nem sempre é pacífica, e depende de imensas condicionantes que vão fazer a obra vir à luz do dia de uma maneira e não de outra.

2.2. Liberdade de exposição

É no momento de exposição que se intersejam os conceitos que até agora nos surgiram nesta reflexão. Neste capítulo, iremos atar as pontas soltas que fomos deixando nos capítulos precedentes.

Após definir a sua posição no mundo enquanto artista, ele quererá mostrá-la. Usando, outra vez, as palavras de Agostinho da Silva: “(...) quem traz mensagem a há-de ler perante o rei; (...)”. Porém, nem sempre o rei está disposto a ouvir a mensagem e, aí, começa outra batalha do artista.

Apesar de todas as restrições que falámos anteriormente, no momento de produção é quando o artista tem um maior controlo sobre as suas obras. Como nos diz Barbara Rosenblum:

Artists do, in fact, have a substantial degree of control over production. Artists do, in fact, have a substantial degree of control over many aspects of their work; its tempo and rhythm, techniques of labor, the choice of materials and aesthetic judgements they use to create their products with their own skilled labor. More importantly, they do not have to sell their labor to derive the use value from it, that is, they can actualize their labor without having to sell it. But artists do not have much control of post-production phases [o que nós chamamos de momento de exposição] in the life-history of the art object. (Rosenblum, 1986: 173-174)

Dentro daquilo que temos vindo a refletir, nesta citação, Rosenblum, com razão, nos diz que o preço da obra de arte não depende da força de trabalho do artista. Como várias vezes afirmámos, aquilo que justifica o preço da obra é o seu Valor de Uso no seio da sociedade¹⁰⁰. Essa necessidade de contexto para justificar o preço vai ao encontro da falta de

¹⁰⁰ Sem total razão (por dispensar o trabalho da equação) Hannah Arendt fala-nos deste aspeto da esfera pública: “Pois é somente no mercado de trocas, onde todas as coisas podem ser trocadas por

controle que o artista tem sobre a sua obra. O artista e a sua obra estão dependentes de terceiros para serem valorizados, tanto no uso como na troca. A forma como se comportam esses valores, e o que lhes dá origem, como já abordámos, são o espelho das próprias restrições do artista no âmbito do mercado.

O modo de exposição tradicional é bastante rigoroso, não é de todo fácil para um artista em início de carreira mostrar as suas obras ¹⁰¹. Os parâmetros que presidem a seleção dos “sortudos” que conseguem atingir esse ponto não são apenas qualitativos (características das obras, estéticas, conceituais; forma, conteúdo) como também quantitativos (valor monetário ou possibilidade de obtenção de lucro com as mesmas). Na verdade, resultam de uma dialética entre qualidade e quantidade, entre Valor de Uso e Valor de Troca, mesmo quando o Valor de Uso se identifica com o seu Valor de Troca ¹⁰². Como sublinha Stallabrass:

Thus multiplicity produces homogeneity, as all must undergo the sanctioning of the marketplace. (Stallabrass, 2004: 70)

Por várias razões que exploraremos adiante, uma imediata observação reitera o que o autor nos diz. À medida que a produção artística se massifica, também a originalidade nos vai aparecendo diluída. O tempo hodierno é mais veloz, assim nos parece pela forma instantânea que nos aparecem as coisas; essas próprias coisas atingem os quinze minutos de fama de que nos falava Warhol e se replicam de imediato, embora, também seja maior a velocidade com que caem no esquecimento (os quinze passaram a cinco minutos). A inovação e originalidade tomam outros significados e velam-se perante a quantidade do que

outras, que todas elas se tornam «valores», quer sejam produtos do labor ou do trabalho, quer sejam objectos de uso ou de consumo, necessários à vida do corpo, ao conforto da existência ou à vida mental. Este valor consiste unicamente na estima da esfera pública na qual as coisas surgem como mercadorias; e o que confere esse valor a um objecto não é o labor nem o trabalho, não é o capital nem o lucro nem o material, mas única e exclusivamente a esfera pública, na qual o objecto surge para ser estimado, exigido ou desdenhado. O valor é aquela qualidade que nenhuma coisa pode ter na privacidade, mas que todas adquirem automaticamente assim que surgem em público.” (Arendt, 2001: 204)

¹⁰¹ “Dans la période récente, l’anomie esthétique et la multiplication des candidats à l’entrée dans le marche ont constitué, en amont, des facteurs accrus d’incertitude.” (Moulin, 1997: 197)

¹⁰² “Dans la concurrence récurrente entre valeur marchande et valeur artistique, il devient d’autant plus difficile de les départager qu’elles tendent à s’alimenter l’une l’autre, soumises à des instances de reconnaissance de plus en plus interdépendantes. D’où une question vouée à demeurer sans réponse consensuelle: «L’artiste est-il celui qui a produit des oeuvres que le marché a reconnues puisqu’il les vend, ou bien celui qui, n’ayant pas accès au marché, se proclame artiste et est intronisé par les fonds publics et par le mécanisme de la commande?»” (Heinich, 2014: 227)

surge. Assim, os Valores de Uso que pesam são aqueles que permitem a sobrevivência neste mundo veloz. Quem decide o destino dos artistas e das obras fá-lo em função da sua existência no mercado da arte, ou seja, no mundo da arte na sociedade capitalista.

As plataformas expositivas aparecem-nos numa distribuição hierárquica. Consoante a sua classificação é definido também o prestígio do artista. Assim, um artista é conceituado se expõe numa galeria de renome internacional, tem saída em leilão, obras em museus, presença em bienais importantes - mesmo dentro dessas entidades se estabelecem hierarquias. Os artistas não-conceituados têm apenas disponível para apresentação dos seus trabalhos galerias mais pequenas, associações sem fins lucrativos, restaurantes, bares, instituições que, apesar de terem a importância cultural e oferecerem a oportunidade de exposição, não conseguem, nem têm o objetivo, de inserir o artista no circuito comercial¹⁰³.

2.2.1. Primazia dos valores

Recapitulando o que dissemos acerca do Valor de Uso e do Valor de Troca, neste *momento* é quando a obra de arte ganha efetivamente esses valores. É no momento de exposição que o Valor de Uso vai para além da conceção do artista, esse valor é aqui aprovado ou desaprovado e, possivelmente, desenvolvido e transformado. É neste momento que a obra é trocada: vendida, comprada, emprestada, destruída¹⁰⁴ (caso das obras efémeras).

Falemos de convenções. No primeiro capítulo, começámos por falar da rutura no mundo da arte que trouxe à luz a teoria de Danto, e que define uma nova era da História da Arte - mais comumente chamada de período da arte contemporânea. Pensando esta rutura, tendo o conceito de liberdade presente, podemos dizer que houve um triunfo histórico da liberdade artística. Os artistas por detrás de tal vitória conseguiram ir contra os valores estabelecidos e impor os seus, com um sucesso tal que definiram a História da Arte até aos

¹⁰³ “Funcionam então como indicadores pertinentes o sucesso de mercado e a intensidade de presença nas grandes exposições internacionais, no circuito da mundanidade cultural e nos meios de comunicação, especializados ou não.” (Melo, 2016: 98-99)

¹⁰⁴ Sugestão de trabalho para as gerações futuras, aquando o estudo do período hodierno: “A História de Arte não se faz só com recurso a *obras vivas*. Os grandes monumentos que marcam a evolução das comunidades no tempo histórico e as mais célebres obras que se conservam nas igrejas ou se expõem nos museus não abrangem a totalidade dos *objectos* que esta disciplina científica visa analisar, estudar, identificar, conservar – em suma, re-conhecer. A História de Arte transporta, subterrânea, uma dimensão amarga de *precariedade*. Mas é por isso mesmo que as obras que não sobreviveram à incúria dos tempos, às alterações sofridas, às calamidades cíclicas e ao vandalismo dos homens, fazem parte íntima deste campo de sondagens abrangentes e de percepções sensoriais que caracterizam a disciplin.” (Serrão, 2001: 11)

dias de hoje. Porém, esta conquista, no desenrolar histórico, também constitui um surgir de novas restrições.

Se tudo pode ser arte, vai aumentar a quantidade de candidaturas a esse estatuto. Aí, torna-se difícil definir os critérios para aceitar algo como arte. Com o desenvolvimento do capitalismo, acrescentam-se e misturam-se os critérios economicistas com os critérios de qualidade. No fundo, o desenvolvimento da arte ao longo da história sempre foi em função do rompimento de convenções e criação de novas convenções, e assim sucessivamente. Chegando a uma época que a convenção é não haver convenções¹⁰⁵, que rompimento poderá haver?

Em termos gerais não existem convenções, não existe(m) forma(s) que defina(m) a apresentação de uma obra. Contudo, existem as tendências de certo e determinado momento, as preferências hierárquicas, o suporte artístico mais utilizado em certo período e outros fatores que variam a uma velocidade controlada pelo mercado.

Os problemas da passagem do momento de produção ao momento de exposição podem ser introduzidos com a citação seguinte:

Nenhuma arte proporciona recursos suficientes que permitam sustentar financeiramente ou dar a devida atenção a todas ou a uma grande parte das pessoas com formação artística, do modo que é habitual nos mundos da arte para os quais foram preparados. Esta precisão é importante: se as artes estivessem organizadas de outro modo – menos profissionalizadas, menos orientadas para o vedetismo, menos centralizadas – esses apoios existiriam, sem dúvida. O problema surge quando milhares de estudantes passam a alimentar a expectativa de se tornarem estrelas da Broadway, de serem primeiros bailarinos em prestigiadas companhias ou de ganhar o prémio Nobel da literatura. As artes podiam estar organizadas, e assim foi em tempos, de maneira a refrear esse tipo de ambições. (Becker, 2010: 66)

Com o alargamento do horizonte artístico e com o aumento de pessoas formadas para praticar as respetivas artes - e essa formação é, quase sempre, com fins profissionalizantes -, o sistema deixa de conseguir albergar todos os que desejam entrar no mundo da arte, muito

¹⁰⁵ “As in mass culture, art’s very lack of convention has become entirely conventional. Ubiquitous and insistent voices urge consumers to express themselves, be creative, be different, break the rules, stand out from the crowd, even rebel, but these are no longer the words of radical agitators but of business.” (Stallabrass, 2004: 78)

menos com as altas expectativas satisfeitas – esta ambição de estrelato é consequência da publicidade com que se é bombardeado constantemente, o artista não foge à suscetibilidade de tal formatação, (uma relação mais direta entre a arte e a publicidade será abordada no último capítulo). Há um certo romantismo em torno da profissão de artista que apela a muita gente; claro que, em grande parte, é apenas uma fantasia derivada da forma como nos são transmitidas as vidas daqueles no topo da hierarquia do mundo da arte.

A seleção dos “sortudos” torna-se difícil, tendo em conta a aparência de homogeneidade da criação contemporânea. Num sentido lato, as obras de arte, salvo exceções, aparecem-nos como muito semelhantes umas às outras, dando assim a própria noção estética do que é a arte contemporânea. Contudo, o sistema da arte contemporânea não funcionaria apenas com as exceções, é necessária uma grande quantidade de obras para que haja uma circulação suficiente que permita a manutenção do mercado e do mundo da arte – tal como ele nos aparece nos dias de hoje. Assim, continuam a haver condições de possibilidade para a entrada nesse mundo. Pensando segundo a tradição, essas condições de possibilidade começam nas galerias. Também nesse aspeto as convenções se começam a quebrar; apesar do percurso tradicional do artista começar na galeria, depois participar em feiras importantes e bienais, ter obras leiloadas e atingir o auge da consagração tendo as suas obras em museus de renome, esta ordem começa a variar cada vez mais e vão surgindo alternativas a esta forma convencional de ver o percurso artístico.

As galerias de arte¹⁰⁶ mantêm, nos dias de hoje, uma extrema importância na divulgação do trabalho dos artistas; sejam estes artistas conceituados, com uma carreira consistente; ou, sejam eles artistas emergentes, desconhecidos, não-conceituados¹⁰⁷. No caso dos primeiros, para além da sua presença em leilões, feiras de arte, museus, bienais, a sua parceria com as galerias é que constitui a maior possibilidade de mostra e renovação do seu trabalho. Para estes artistas, o momento de produção e o momento de exposição

¹⁰⁶ “Uma galeria é composta por: um *marchand*, que normalmente dispõe de um espaço onde apresenta obras de arte a eventuais compradores, um grupo de artistas (as «descobertas» do *marchand*) que executaram as obras postas à venda, um grupo de clientes que mantém a galeria através de aquisições regulares, um ou vários críticos que publicam comentários exegeses, e contribuem assim para suscitar o interesse e a procura das obras dos artistas da galeria, e por fim um grupo mais numeroso de frequentadores das galerias que são convidados para as inaugurações, que vão ver as exposições e alargam o público dos artistas da galeria falando deles e das duas exposições a outras pessoas.” (Becker, 2010: 113)

¹⁰⁷ “La galerie est au point focal du système organisationnel de la valeur de l’art et de la réputation des artistes. En amont, les viviers d’artistes, à prédominance culturelle ou à vocation commerciale, se sont multipliés. (...) En amont de la galerie, un segment du monde de l’art (tous acteurs confondus) contribue à donner à l’artiste une première visibilité sociale, visibilité qui souligne l’artiste à l’attention du marchand.” (Moulin, 1997: 205)

aproximam-se bastante, produzem porque vão expor, expõem porque têm produção, com fortes garantias. Com isto, não quer dizer que não tenham algo a provar e de continuar a criar com qualidade, produzir Valores de Uso socialmente aceites (no mundo da arte e no mercado da arte principalmente, para manutenção e possível inflação do Valor de Troca) ¹⁰⁸.

No caso dos artistas não-conceituados, a presença das suas obras em galerias de arte é o maior desejo, quase levando o próprio ao desespero. Esta é uma barreira à sua produção e à continuação da sua vida como artista. A produção destes artistas não constitui um Valor de Uso generalizado, limita-se, na melhor das hipóteses, a uma qualidade estética quase “incontestável” e, por isso, acabam por encontrar lugar em exposições coletivas ou até individuais. Porém, para a maioria dos marchands, o que importa em primeiro lugar é o lucro que é tirado da produção de certo artista.

Como já falámos anteriormente, a possibilidade desse lucro, o seu Valor de Troca, representado simbolicamente pelo preço, depende, dos Valores de Uso da obra. Uma galeria de arte, e, por conseguinte, os marchands, procuram Valores de Uso para que possam ter nas suas mãos grandes Valores de Troca. Neste processo de passagem de um valor ao outro é que está a complexidade dos preçários do mercado da arte. Como já foi referido, as obras de arte contemporâneas (obras de arte contemporânea) ainda não adquiriram o valor dado pela História. Esse valor é dado e justificado pelos responsáveis por essa atribuição (marchands, curadores, galeristas).

Mas como é que esse empreendedor pode saber se a obra em que apostou, e que recomenda aos outros, terão o favor do público? Ele não pode ter qualquer certeza enquanto a História não o definir como tal, através da intervenção de um determinado número de pessoas que poderão partilhar a sua opinião, permitindo inflacionar o preço da obra. Os *marchands* inovadores sabem que não podem dissociar os aspectos estéticos e financeiros das suas actividades, nem das suas avaliações. Além disso, não podem esperar que a História estabeleça o valor. Esforçam-se por persuadir aqueles cuja intervenção fará História e, isto, através da actividade da sua galeria. (Becker, 2010: 112)

¹⁰⁸ “O artista colocado numa situação central tem que fazer a cada momento, sem atrasos nem distrações, aquilo que o meio especializado espera que ele faça; ou, melhor ainda, algo que surpreenda esse mesmo meio, indo para além do que ele poderia esperar. O artista tem que saber sempre aquilo que é preciso fazer e fazê-lo no momento certo.” (Melo, 2016: 68)

Como bom vendedor, o marchand, argumenta favoravelmente em torno dos Valores de Uso da obra que comercializa. No entanto, nem sempre a sua voz basta. Uma galeria de topo basta ter no seu espaço a obra de um artista, para fazer com que ela valha bastante; descendo na hierarquia, vai somando a quantidade de intervenientes externos necessários para sustentar os preços pedidos, justificando o Valor de Uso das obras ¹⁰⁹.

É a partir deste momento, em que o artista já expôs, já conseguiu o apreço do marchand, que se desenvolvem os conceitos de *Artworld* (Danto) e de *artworld public* (Dickie) ¹¹⁰. Aqui, os agentes do mundo da arte, os tais conhecedores, os instruídos em assuntos artísticos, vão reconhecer ou não o Valor de Uso das obras de arte, focando-se essencialmente na sua qualidade estética, avaliando-a na sua forma e no seu conteúdo. Este reconhecimento no mundo da arte é, assim, um grande impulso ao Valor de Troca. Com um Valor de Troca consistente, o artista consegue adquirir a liberdade financeira necessária para poder criar, para poder expor ¹¹¹.

Porém, quase todos os contos de fadas antes do final feliz têm um “mas”. A liberdade nunca é dado adquirido, para a mantermos tem de ser cuidada. Esse cuidado, como já pudemos perceber, passa essencialmente pela relação com terceiros. Quando o artista adquire a sua primeira liberdade no momento de exposição, não significa que isso seja perpétuo. As relações com as galerias têm as suas restrições e dependem bastante dos objetivos destas. Mais uma vez, Becker serve-nos de ferramenta à reflexão:

Os *marchands*, que necessitam de renovar constantemente a oferta de obras a expor e a vender, impõe constrangimentos aos artistas. Aconselham-nos frequentemente a orientarem a sua obra na direcção que julgam mais indicada e levam-nos a produzir em quantidade suficiente para sustentar a galeria (os artistas de uma galeria devem fornecer-

¹⁰⁹ “Resumindo, os *marchands*, os críticos e os colecionadores chegam a acordo sobre o valor das obras e sobre o modo de o atribuir. Assim, podemos afirmar que o *marchand* criou ou formou um público para as obras que representa, um público que possui tantos conhecimentos sobre esse conjunto de obras como um nobre ou um papa italiano em relação à pintura barroca. São conhecedores e entendidos em arte, e o pintor pode criar para eles, seguro de que reconhecerão a sua actividade, talento e mestria técnica.” (Becker, 2010: 116)

¹¹⁰ Corroborando a teoria de Danto, no aspeto em que no *Artworld* a obra é validada pelos especialistas de formação superior (grandes conhecedores), numa aproximação deste conceito ao de mercado da arte, o relatório em torno do mercado da arte TEFAF de 2016 (dizendo respeito a 2015) diz-nos o seguinte: “Dealers tend to be very well educated with high level of formal, third-level qualifications. In 2015 77% of those employed in the dealer sector globally held a university or third level qualification, up 4% on 2014. These education levels are much higher than the general labour force in most countries.” (AA.VV, 2016: 229)

¹¹¹ “L’aura de l’artiste contribue à starifier le célébrant qui, dès lors, devient une figure recherchée du monde de l’art, capable de mettre en valeur tout ce qu’il touche.” (Moulin, 1997: 207)

lhe obras suficientes para permitir a alternância de exposições) e para se manterem na carreira (um artista pouco produtivo deixa de ser um artista no activo ou, pelo menos, deixa de desempenhar um papel de destaque na estratégia da galeria). (Becker, 2010: 116)

Com a liberdade de exposição não significa que venha liberdade de produção total, principalmente na sua componente criativa. Para uma galeria se manter aberta e em funcionamento, tem de continuar a fazer circular obras de arte, tem de ter novas exposições. Exposições essas que visam atrair os compradores. Para tal, essas exposições são, pelo interesse dos agentes distribuidores, de artistas conceituados (no mínimo, com algum nome) que garantem certo volume de vendas. Conquanto, a estratégia também pode passar por apostar em camadas jovens, sensibilizar os compradores pelo objetivo de impulso à criação de novos valores e desenvolvimento do mundo da arte. Porém, como Becker nos diz na supramencionada citação, a oferta da galeria tem de cumprir certos padrões mais estritos, tendo em conta a carta de compradores, ou, pura e simplesmente, seguir a visão de mercado segundo as lentes do marchand. Portanto, com o fim de rentabilizar, molda-se a criação artística, faz-se com que o Valor de Uso encaixe no que é procurado.

Por outro lado, as galerias no topo da hierarquia não têm de se moldar à procura. Este tipo de galerias moldam a própria procura com a sua oferta. Tudo aquilo em que elas tocam transforma-se em Valor de Troca; por conseguinte, também são Valores de Uso para os seguidores destas tendências. Estas galerias têm o poder de elevar o artista ao estrelato¹¹². Enquanto um artista mantiver uma relação com uma galeria destas, e a sua relação for positiva, ou seja, a galeria confia a criação somente ao artista, este usufrui de (quase?) total liberdade de exposição e de produção.

No outro extremo, a liberdade de exposição também é máxima. Uma galeria paupérrima, vive tão mal ou pior que o artista. A sua única solução é deixar este expor aquilo que ele faz. A liberdade de produção, aqui, é que fica restringida àquela conseguida pelo

¹¹² “For artists practicing today, the «superstar» aspect does not just drive up prices, but it also can deprive other, often equally talented, artists of the opportunity successfully to sell their work. It can also make it increasingly difficult for businesses in the art trade to make sales of broader selection of works in the primary or secondary markets. Similarly collectors all seeking a small and narrow group of famous artists with a limited supply of works can push the prices of this group to increasingly high levels, putting them out of the reach of the majority of collectors. These collectors may increasingly feel that the art market, as it is portrayed in the media, is increasingly out of their reach entirely, even though there are still many other less publicised artists and works that are available at much lower prices.” (AA.VV, 2016: 201)

artista. O Valor de Uso é aquele dado pelo artista e não chega a muito mais do que ao círculo de amigos e alguns curiosos culturais ¹¹³.

Nas galerias medianas, com um fluxo financeiro considerável, é que a relação com o artista, e, por conseguinte, as suas liberdades e restrições, adquirem uma forma mais complexa. As liberdades que dão ao artista variam mais. A restrição de hoje pode ser uma liberdade amanhã, conforme o estado do mercado. Este tipo de galerias está dependente do comprador, precisa de se adaptar ao mercado para conseguir vender. Desta forma, os artistas que apadrinham são conforme os padrões do mercado. Singularmente, estas galerias não conseguem originar tendências. Só em grupo, quando determinado Valor de Uso é generalizado, é que conseguem subir na hierarquia, por apresentarem um produto que vai a favor da corrente, ou seja, são da tendência e por isso estão em altas; (caso do que acontece nas galerias do topo da hierarquia dentro de um país com um mercado medíocre, como Portugal, conseguem essa posição por conseguirem introduzir no país certas tendências em altas no estrangeiro, não significando que representem uma posição privilegiada no panorama mundial).

Pontualmente, as galerias podem representar um certo nicho de mercado inexistente, comercializarem obras consagradas culturalmente, mas fraca no mercado. Aí, também conseguem ascender - pense-se nas galerias que começaram a comercializar Street Art.

Qualquer que seja o fluxo financeiro da galeria, todas elas, desde as puramente culturais sem fins lucrativos, às do topo da hierarquia, funcionam como plataforma entre o artista e um público. No estabelecer desta relação é que está a complexidade que restringe ou liberta o artista na sua criação.

A maioria dos artistas mantém laços suficientemente fortes com o mundo da arte porque necessita do sistema de distribuição para fazer chegar as suas obras junto do público ou como meio de garantir a sobrevivência económica. Alguns recorrem aos canais de distribuição existentes e que, normalmente, são utilizados por aqueles que vivem da sua produção artística. As suas obras são publicadas, expostas ou executadas nos mesmos locais e através dos mesmos circuitos utilizados pelos profissionais. Não diferem dos profissionais senão pela vantagem de poderem ignorar os constrangimentos do sistema quando estes lhes desagradam. É por isso que o autofinanciamento constitui a fórmula

¹¹³ “Ao contrário, numa situação não-central, por definição, o artista tem uma menor visibilidade e uma procura mais reduzida e está sujeito a menos expectativas. Nessa medida o artista tem maiores possibilidades de auto-determinar o seu próprio uso do tempo, e pode conceder-se mais tempo para hesitar, divagar ou mesmo recuar: «reculer pour mieux sauter.»” (Melo, 2016: 69)

que permite maior liberdade aos artistas. Por mais reduzida que seja a oferta de recursos, eles podem sempre criar o seu próprio sistema de distribuição. É frequente os artistas plásticos fundarem galerias cooperativas, onde partilham os lucros e assumem uma grande parte do trabalho de gestão e de promoção em troca da possibilidade de exporem as suas obras com regularidade. (Becker, 2010: 102)

Esta citação de Becker remete para um tempo (o livro tem primeira edição em 1982) em que aquilo que diz era mais fácil de se concretizar. Razão tem, quando afirma que o autofinanciamento é a semente de uma maior liberdade¹¹⁴. É óbvio que se o artista consegue ter ele próprio o financiamento, não sofrerá os constrangimentos impostos por outros financiadores. No entanto, com a organização atual do mundo da arte, a única forma de ter uma vida focada na arte, é obtendo financiamento com a própria arte. Isso apenas é possível estando embrenhado no mundo e mercado da arte.

A organização do mundo da arte faz com que a liberdade de penetrar esse mundo seja bastante difícil. Mesmo coletivamente, os artistas não conseguem ganhar o poder necessário para fazer valer a sua criação artística em comparação às obras apadrinhadas pelas galerias, colecionadores¹¹⁵ e compradores do topo da pirâmide. Para fazer valer a sua posição, o artista tem de ultrapassar inúmeras provas. Essas provas têm de obedecer critérios que no próprio mundo da arte não são explicitados, são critérios abstratos¹¹⁶. À partida, um artista que tem as suas obras num museu tem qualidade. Um artista que tem as suas obras em leilão, arrebatadas por valores monetários imensos, tem qualidade. Mas, se as respostas a estas questões são escassas, as perguntas que surgem são imensas. Qual a situação ideal para um artista?

¹¹⁴ “Il n’existe pas non plus d’exemple historique d’une société qui ait durablement résolu la contradiction suivante: ce que l’artiste gagne en sécurité, il le perd en liberté.” (Moulin, 1968: 31)

¹¹⁵ “Collectors’ names that are of no interest for a museum audience, offer a better branding on the market than artists’ names whose value appears uncertain. Lately, Sotheby’s and Christie’s have started to indicate the importance of a former owner. Thus, one reads «Property of a distinguished collector» or «Property of an important European collection.» It is remarkable that the nationality of the former owner, rather than that of the artist, receives the most attention. The speed with which collections are resold, clearly proves that art collecting has become an investment and speculation issue.” (Belting, 2009: 17-18)

¹¹⁶ Os próprios negócios de arte são, muitas vezes, feitos às escuras, tornando difícil fazer os relatórios das transações do mercado. Ora, se a própria compra e venda é mantida em segredo, como se podem estabelecer e estudar concretamente os critérios que presidem essa circulação? “It is difficult to assess the impact of corporate collecting on the contemporary art because most dealings remain secret.” (Stallabrass, 2004: 128)

Nem quando as obras são feitas em função de serem expostas em museus ou instituições públicas, o artista não está livre de restrições. O Estado¹¹⁷, tal como os privados, contrata certo artista pelo trabalho e posição que ele tem no mundo da arte e na sociedade. Isso não impede que no ato de encomenda não tentem encaminhar a obra segundo os seus parâmetros, porque é isso que querem ver exposto no espaço correspondente¹¹⁸. As exigências podem ser pequenas, até irrelevantes para quem está de fora, mas nem que seja um traço a mais ou um centímetro a menos, já está a ir contra a liberdade criativa. Nessa situação, obviamente, o artista pode negar-se a expor os seus trabalhos, e podemos dizer que houve falta de liberdade de exposição; mesmo que aceite expor, é uma exposição condicionada, o que faz que também haja um atentado à liberdade.

Noutra perspetiva, os movimentos de artistas, quando ganham certa dimensão, conseguem introduzir-se no mercado e ditar algumas regras. Este foi um ponto essencial do modernismo e dos manifestos que surgiram; obviamente, uns com mais impacto do que outros. Todavia, no sistema da arte contemporânea, tendo findada a época dos manifestos, esta pujança por parte dos artistas não é tão visível, cultiva-se o individualismo e o “salve-se quem puder”, sob o signo da estrela guia: o dinheiro.

O mercado impõe as suas restrições, mas, na superficialidade, é também uma máquina que permite o desenvolvimento artístico. Resumindo com as palavras de Francesco Poli:

Il sistema dell'arte non è solo una macchina mercantile, ma è allo stesso tempo una struttura che, attraverso l'azione dei suoi protagonisti, sviluppa (sia pure con molte contraddizioni e distorsioni) anche una vera azione culturale, basata su una dialettica interna che ne definisce i criteri di valutazione estetica, e dunque le modalità di selezione. E l'artista, per essere riconosciuto come tale, deve necessariamente confrontarsi con gli orientamenti e i valori espressi dall'ambiente specializzato (e in particolare dall'élite di questo). (Poli, 2011: 178)

¹¹⁷ O Estado pode ter uma função de legitimação da obra de arte. Em países que as instituições mais conceituadas são públicas, um artista ter uma obra numa dessas instituições é o auge da sua carreira. Isso faz com que outras instituições, privadas e com intuítos mais comerciais também vão atrás dessa legitimação. “A legitimação e validação social global que a sua dimensão cultural traz ao sistema da arte contemporânea faz com que a sua existência seja reconhecida e, até certo ponto, enquadrada pelas instituições públicas, dando assim lugar a uma dimensão política que se articula intimamente com as dimensões já referidas e produz efeitos significativos em termos de legitimação social, na medida que introduz a representatividade do Estado como caução e garante da relevância social das obras de arte.” (Melo, 2012: 21)

¹¹⁸ “Em síntese, podemos concluir que as relações entre o mundo da arte e a política cultural dependem da conjuntura político-ideológica e do tipo de efeitos e de imagem cultural que o Estado prioritariamente quer produzir junto da opinião pública nacional ou internacional.” (Melo, 2012: 27)

Claro que a vida em sociedade, seja qual for o setor, não se baseia no solipcismo. Neste caso, não se defende que a palavra do artista é que deve contar, e, se defende uma certa qualidade da sua obra, que essa deve ser aceite cegamente. Em qualquer sistema das artes, por mais perfeito que seja, os valores da obra estarão sujeitos a critérios de terceiros. O problema que relevamos é a escolha de critérios e o tipo de validações que prevalecem. Cultivando-se os critérios do valor financeiro ou do estatuto ¹¹⁹, está-se a impedir a renovação dos atores do mundo da arte, incapacitando o surgimento de inovações e visões “frescas”. Não se dá lugar a novas gerações, cria-se uma força de atrito para que permaneçam sempre os mesmos no poleiro, porque é do alto desse poleiro que são ditadas as regras a seguir.

A procura da qualidade estética é o caminho para a liberdade ¹²⁰. Os Valores de Uso devem ser impostos pelos próprios artistas. Estes, na sua diferença, mas unidos, devem ganhar força para contrariar as contingências impostas pelo mercado, e pelos interesses do mundo da arte, quando este segue interesses economicistas. Os artistas são os mais próximos da arte, pois são estes que a produzem e são eles o objeto sensível imediatamente afetado pelos outros agentes ¹²¹. É verdade que os coletivos artísticos existem e trabalham em função de ganhar visibilidade ¹²². Mas não é apenas disso que se trata. Não se trata de jogar melhor

¹¹⁹ “Dans une conjoncture où l’emprise du négoce sur la diffusion de l’art est telle que le jugement esthétique est dévalorisé par rapport aux manipulations commerciales, toute consécration est équivoque et la satisfaction d’être une artiste «cher» n’exclut ni le ressentiment à l’égard des moyens de la réussite, ni l’inquiétude sur sa signification. Que la reconnaissance de l’artiste passe par la médiation du marché et de l’argent représente la forme la plus évidente de l’aliénation de l’artiste dans les sociétés occidentales: les créateurs se débattent, selon la nature de l’oeuvre accomplie et selon leur propre capacité d’intégration à un système concurrentiel, entre deux types extrêmes de contraintes. La contrainte brutale de la mévente compromet la réalisation même du projet de création. La contrainte sournoise du succès commercial risque d’inciter l’artiste à infléchir, dans le sens de la demande, le contenu du projet artistique.” (Moulin, 1968: 22)

¹²⁰ “The question of art’s use takes us back, naturally, to art’s freedom. That the very concerns of art—creativity, enlightenment, criticality, self-criticism—are as instrumentally grounded as what they serve to conceal—business, state triage, and war—is the consideration that must be concealed. And it can be because the local liberation offered in the production of art, and its enjoyment, are genuine.” (Stallabrass, 2004: 199)

¹²¹ “Os artistas são matéria e produto das sociedades do espectáculo, são promovidos como produtos, vendidos como marca, substituídos por novos artistas. São expostos nos showcases, avaliados à pressa nas feiras de arte, nos festivais para programadores. Os artistas estão na bolsa da arte e sobem ou descem conforme o mercado, conforme a oferta, a procura, a contabilidade dos colecionadores e dos investidores, os humores dos directores dos teatros, das salas de concerto, dos jornalistas.” (Ribeiro, 2011: 257)

¹²² “Les artistes jouent un rôle pluriel dans les réseaux de légitimation. D’une part, ils autoassurent leur visibilité en s’organisant en groupes ou en collectifs, à vocation souvent militante.” (Moureau, Sagot-Duvaurox, 2010: 70)

segundo as regras do jogo, trata-se, sim, de mudar as regras e conseguir fazer prevalecer os seus valores ¹²³. Como mais adiante falaremos, é essa atitude que está na origem do crescimento dos valores da Street Art, embora com muitas reticências, curvas e contra-curvas.

Sem entrarmos muito por essa questão, uma sugestão (utópica) de solução para um estado da(s) arte(s) onde prevalecem os valores culturais¹²⁴ é abandonar os critérios de valorização económica, nos vários *momentos* artísticos, e optar pela produção e divulgação de obras com *fundamento* (como, anteriormente, se lançou para o ar, quando se invocou a *ontologia*)¹²⁵.

2.3. Novas tecnologias: produção e exposição

Nos capítulos anteriores, temos vindo a omitir, propositadamente, a importante característica do mundo hodierno que são as novas tecnologias. Não por olvido, mas por considerarmos que é um ponto que merece uma secção separada, apesar das repercussões, mais uma vez, serem de difícil diagnóstico.

Tanto para a produção, como para a exposição (englobando: difusão, distribuição, publicidade, etc.), a era digital veio afirmar-se como um fator com bastante impacto ¹²⁶. No caso da produção, nos dias de hoje, é possível ter acesso a equipamentos e materiais que há poucas décadas eram bastante dispendiosos e de uso muito mais difícil. O uso de novas tecnologias para a produção artística tem aumentado exponencialmente, numa dinâmica de renovação constante. No caso da exposição, há uma oferta maior e mais fácil de difundir o trabalho artístico, cada vez existem mais plataformas para apresentar as obras, onde é possível vendê-las também, e de uso simples. Para além de que todos estes fatores ganham

¹²³ “La contestation du marché de l’art implique, en premier lieu, celle du statut économique de l’oeuvre d’art. La dégradation de l’oeuvre en marchandise, l’assujettissement du créateur à la logique de l’économie, la dégénération de l’amateur en spéculateur, ont fait l’objet d’un refus éthique.” (Moulin, 1968: 25)

¹²⁴ “A esfera da Cultura deve pois reflectir claramente que, sendo verdade que as maiorias decidem, as decisões responsáveis e democráticas devem fundamentar-se no reino do epistemológico e não na superficialidade da opinião.” (Ribeiro, 2011: 94)

¹²⁵ Acrescenta-se mais uma citação em torno deste tema, com o principal objetivo de fazer refletir: “A arte é historicamente e, enquanto histórica, é o resguardar criador da verdade na obra. A obra acontece como ditado poético.” (Heidegger, 2012: 83)

¹²⁶ “This is a situation, central to Marxist theory, in which modernization of the means of production comes into conflict with the relations of production. In digital art, the use of the most up-to-date technological means to make and distribute work comes into conflict with the craft-based practice, patronage, and elitism of the art world.” (Stallabrass, 2004: 192)

uma dimensão de liberdade extrema tratando-se das obras de arte cuja natureza de produção e de exposição é a própria internet ¹²⁷.

De certa forma, as novas tecnologias vieram fazer com que o artista pudesse tomar um maior controlo da sua atividade. Tanto ao nível da produção como da exposição, quando se fala do avanço tecnológico é comum ouvir-se falar em “democratização” da arte. Quando a internet é um fim em si próprio, quando é esse o fito da obra e do artista, o Valor de Uso da obra ganha a sua dimensão através de um impulso livre. Apesar de todas as hierarquias que existem na *web* e serviços pagos, há a possibilidade de mostra que não existe no mundo físico.

Especially online, where the boundaries between production and reproduction are faint, artists have been rediscovering use-value. (Stallabrass, 2004: 195)

Não só para o artista que produz, como para o espetador, para o público que procura e quer estar informado, o acesso é bem maior ¹²⁸. Esta facilidade de acesso faz com que seja possível uma visão mais ampla no panorama contemporâneo, e histórico, da arte. Um olhar crítico e atento procura e absorve os Valores de Uso das obras de arte ¹²⁹; as suas qualidades estéticas, mas, com a possibilidade de também observar o comportamento social (e também mercantil) das mesmas.

Na perspetiva do mercado, os números não são o que se julgava há uns anos atrás. As vendas online tiveram impacto quando se começou a investir nesse campo. Porém, a sua evolução não veio prejudicar, nem alterar de forma muito impactante o mercado tradicional.

¹²⁷ “A more recent and fundamental challenge is Internet art. From the mid-1990s onwards, artists started to use the Web to make works not merely reproducible but freely distributable. Such works can be copied perfectly from one machine to the next, and much of the code that makes them operate is open for viewing, copying, and rewriting. If the Net culture of sharing data threatens even those industries that have embraced industrial production methods, how much worse it looks for those that have not. Ownership in such circumstances means little, particularly because the ethos of Internet art tends to be more about dialogue than the production of finished works, let alone objects. Internet art does not challenge the production, ownership, and sale of art objects themselves, but it opens up a new realm in which artists produce immaterial works that can be viewed as art, and which can be free of dealers and the agendas of state institutions and corporations. People who want an experience of art, or who want to make and curate it, can do so directly.” (Stallabrass, 2004: 125)

¹²⁸ “A generalidade dos museus, galerias e artistas têm as suas páginas na Internet, constituindo estas, geralmente, a primeira e mais acessível fonte de informação imediata sobre o que está a acontecer na arte contemporânea.” (Melo, 2012: 77)

¹²⁹ “Such useful works are not confined to the online world, though they can flourish there because corporate sponsorship and museum curatorship do not define what is seen.” (Stallabrass, 2004: 196)

One might be led to wonder whether the frenzy of activity of the past few years surrounding the online art space might not have subsided or reached a plateau of maturity, without much disruption having occurred, as anticipated to the traditional sectors. «Disruption» and «democratization» were the two most promised outcomes in the art market by many of the newly emerging online companies. However, for the most part, the majority of online players are just doing the same thing online that is already being done offline, with the new online channels. By making fine art and contemporary art more accessible to new audiences, there certainly has been a trend towards democratizing art. However, there has not been any significant signs of disruption, in the sense of a radical overturning of the incumbent offline art market. A reduced volume of innovation alongside consolidation and refinancing, the cooling of high growth emerging markets (especially China), and even the maturing of the technology boom, have all led some to believe that «the burgeoning of the online art space», in terms of the proliferation of new companies, may be slowing or has stopped. (AA.VV., 2016: 55)

Isto passa-se da forma acima descrita, em parte, porque a maior parte das grandes plataformas online são controladas ou estão associadas às mesmas empresas que controlam o mercado tradicional. Ao controlarem ambos os mercados conseguem fazer prevalecer a tradição. Outro fator preponderante é que os compradores dos dias de hoje são praticamente os mesmos que compravam há uma ou duas décadas atrás, quando o *boom* da *web*. A compra de arte está associada a uma tradição. Está associada a uma prática social, do convívio da vernissage, da ida ao leilão. Assim, o comprador tradicional não se senta ao computador à procura de valores artísticos. Se estes compradores, que são os que têm dinheiro não o fazem, dificilmente os artistas que apenas têm hipótese de expor o seu trabalho desta forma aumentarão o seu Valor de Uso e o seu Valor de Troca.

Porém, se para a compra direta a Internet não constitui um fator de grande impacto no mercado da arte, para a circulação de informação toma proporções titânicas ¹³⁰. Esta

¹³⁰ Veja-se por exemplo estes artigos acerca de aplicações para dispositivos móveis:

“Magnus Resch, the art market entrepreneur behind the Magnus price data app, has responded to claims that his service had stolen information from other galleries. The free app, which combines aggregated public information with digital recognition technology, also includes prices, the holy grail of the primary market. In the July, the Magnus app was removed from the Apple Store after breach-of-copyright claims by three German galleries, which asked for images – as well as the price data – to be removed. Resch says that his competitors are threatened by the service the app offers: other providers charge for price data while galleries «fear they may be harmed by pricing transparency», he says. «This move towards greater and greater transparency... cannot be stopped. Whether we are challenged in the press or threatened with lawsuits, we will fight it and win – the app will be up again soon.»” (Gerlis, 2016a: 5)

circulação de informação vem fazer com que o que é feito no mundo da arte e no mercado da arte circule a velocidades estonteantes, fazendo com que tudo se passe igualmente a uma maior velocidade. As tendências alteram-se e consolidam-se de um momento para o outro, reforça-se a falta de sentido em falar de “convenções contemporâneas”.

As galerias e museus, consoante a sua dimensão, conseguem deixar de canalizar tanto do seu orçamento para publicidade física ou catálogos em papel. A própria comunicação entre agentes do mercado é feita a uma grande velocidade, o artista pode apresentar o seu portefólio sem sair de casa, o marchand pode mostrar aos compradores as obras dos seus “apadrinhados” sem sair do sofá. Em segundos, qualquer pessoa sabe qual o artista que está em alta. Todos os dias se está atualizado sobre os artistas “sensação” nos quatro cantos do mundo. A compra de uma obra desses artistas está à distância de um “clique”.

A procura de financiamento é mais fácil. Através da Internet o artista facilmente está a par de possíveis concursos, bolsas, residências artísticas, etc. Facilmente se entra em contato com outros artistas e se aprendem novas técnicas, partilham-se pareceres, arranjam-se colaborações – a colaboração para as artes em suportes digitais torna-se cada vez mais acessível e banal.

Todos estes fatores que indiretamente interferem com o mercado são difíceis de ser medidos; porém, não são passíveis de ser ignorados, para que se faça uma reflexão em torno do mundo e do mercado da arte contemporâneos. Isto, porque em todos os pontos da liberdade e das restrições que temos vindo a falar, é possível utilizar o argumento da “solução online”: o financiamento pode ser procurado online, o artista pode expor os seus trabalhos online, o artista pode vender os seus trabalhos online. Contudo, tal como referimos anteriormente, cada vez há mais pessoas formadas nas áreas artísticas e não existe um crescimento proporcional de lugares para albergar esses formados, a vida online vem dificultar ainda mais esse aspeto. A conciliação da vida “física” e da vida “virtual” ainda não está sinergicamente equilibrada. Tudo aquilo que pode ser feito virtualmente não significa que

“The art market is waking up to the importance of mobile technology. In September, the art technology company Artlogic – which designs websites and provides integrated systems for galleries including Victoria Miro, Thomas Dane and Paul Kasmin – is launching a new version of its database, with an emphasis on mobile devices. In July, the annual Hiscox Online Art Trade Report identified that mobile usage has grown significantly during 2016 and now accounts for an average of 40% of online traffic and 24% of bids or transactions. The report cites data from BI intelligence that predicts that by 2020 mobile commerce will account for 45% (or \$284bn) of total e-commerce sales. Peter Chater, the founding director of Artlogic, says that «the immediacy we have created will be a total game changer.»” (Gerlis, 2016b: 5)

tenha repercussões “reais”. Os critérios pelos quais se rege o mundo virtual são em função de uma barreira em forma de monitor. Os acontecimentos do mundo virtual são desmistificados no mundo físico. A arte ainda se rege por critérios sensoriais que o mundo virtual não oferece. Acreditamos que estes pontos, para a maioria dos envolvidos no mundo e no mercado, sejam desta forma pensada.

Assim, enquanto a organização do mundo da arte for da forma que é hodiernamente, o mundo virtual será uma ajuda, mas nunca o ponto fundamental e libertador dos grilhões que impedem a liberdade artística.

CAPÍTULO III

STREET ART: ESPELHO DO MUNDO HODIERNO

Após analisados e refletidos alguns conceitos que definem a situação artística atual, reservamos este capítulo para refletir um campo artístico à luz desses conceitos, conquanto se trate de um campo artístico muitas vezes excluído do tradicional mundo da arte. Tentaremos fugir às ideias daquela fação do mundo da arte contemporâneo que, sem assumir, é conduzida por um elitismo reacionário reclamando inovação, baseando-se em mimetismos de forma e de conteúdo. Uma coisa é transversal à história da arte, a inovação e o génio raramente são percebidos em simultâneo à sua manifestação, nomeadamente pela crítica – e entendamos por tal os vários agentes do mundo da arte em sua época: nós inclusive (não nos sobrestimemos e caminhemos com modéstia e abertura de espírito, ausentes de pré-conceitos) ¹³¹. Contudo, todos merecem perdão, a sua formação é em função do passado, e, muito provavelmente, salvo raras exceções, não possuem dons divinatorios.

Apesar do termo “espelho” no título do capítulo, não queremos dizer que se trata de uma forma de arte estática, um mero reflexo; muito pelo contrário, tem uma componente transformante que abrange não só a estética dentro do seu campo artístico como uma intervenção na visão da sociedade atual. É um reflexo do mundo em transformação, mas, igualmente, uma parte desse mundo que, devidamente pensada, nos leva a entender determinados fenómenos da contemporaneidade.

3.1. Preâmbulo contextual

O mundo contemporâneo, a partir da segunda metade do séc. XX, viu um crescimento do consumismo a uma velocidade exponencial. O primeiro movimento artístico onde se refletiu esse aspeto da sociedade contemporânea, em grande escala, foi na Pop Art. A Pop Art transformou os objetos de consumo na própria arte. Como falámos no primeiro capítulo, foi o golpe derradeiro nos academismos, nas estipulações artísticas e manifestos. Fê-lo através da ambiguidade concetual, usando o contexto a seu favor; todavia, abrindo um horizonte de possibilidades e quebrando os grilhões do mundo artístico da época.

¹³¹ “A história de qualquer forma de arte apresenta épocas críticas, em que determinada forma aspira a obter efeitos que só mais tarde, perante um novo padrão da técnica, podem ser facilmente obtidos, ou seja, numa nova forma de arte.” (Benjamin, 2012: 87)

No entanto, ideologicamente, a Pop Art nunca tentou ser profunda a um nível radical, no sentido de ir à raiz do(s) problema(s). Ficou-se por uma manipulação de contextos, permitindo que se trouxesse para o conceito de arte, objetos do quotidiano, e que isso se desenvolvesse para uma validade absoluta para qualquer obra ou objeto que se afirme como arte.

A *Street Art* (arte urbana, arte de rua) vai mais longe que a Pop Art. Porém, a sua possibilidade de existência, como parte do mundo da arte, vem da abertura histórica proporcionada pelo rompimento das restrições em meados dos anos sessenta do século XX. Também não podemos esquecer a influência dos movimentos muralistas existentes, com grande força, pelo mundo fora, cuja essência era política; vejamos, por exemplo, o muralismo mexicano dos anos vinte e trinta, tal como, mais tarde, nos anos sessenta e setenta, os murais de manifestação política representando palavras de ordem e cenas revolucionárias, estes com um individualismo anónimo e uma identidade de grupo (Dogheria, 2015a).

Não é raro, como forma de validação, chamarem para o tema as pinturas rupestres e a prática do fresco; porém, apesar da sua componente “mural”, a atitude por detrás dessas práticas é completamente diferente; a pintura rupestre e o fresco são tão influenciada da Street Art como da pintura de cavalete. Esta última também é influenciada da arte presente na rua, ou seja, no sentido lato, todas as “artes” se influenciam mutuamente. Todavia, não é de todo proveitoso para a discussão usar esse tipo de validações.

A Street Art, nas suas várias vertentes, espelha o mundo em que vivemos. A Street Art é o género que melhor reflecte o mundo hodierno: tanto na sua forma, a sua estética, o modo como nos aparece; como no seu conteúdo, temas representados, ideologias que lhe servem de combustível; bem como, não esquecendo, o modo como os artistas praticantes deste género de arte operam e se organizam para concretizar as suas obras. Nos últimos anos, não houve forma de arte que se desenvolvesse mais rapidamente, tanto no seu processo de desenvolvimento formal, bem como na sua presença no mercado. “It’s a real revolution, which, I am sure, is only just beginning” (Catz, 2014: 13).

O conceito de Street Art é bastante abrangente, sendo possível encontrar nessa categoria várias sub-categorias, que são divididas segundo o critério da técnica utilizada para executar a obra. Assim, resumidamente, podemos encontrar dentro do conceito de *Street Art* obras executadas em *graffiti*, *stencil*, *wheatpasted posters* (cartazes), *stickers* (autocolantes), *yarn bombing* (obras tricotadas ou em crochet colocadas na rua, cobrindo árvores, postes,

caixas de electricidade, ...), *street installation*, *video projection*, *lock on art* (obras em que os artistas prendem com correntes, ou de outra forma, obras da sua autoria a elementos da rua)¹³². As obras que existem por este mundo fora não se limitam aos géneros mencionados e resultam igualmente de vários cruzamentos de géneros, bem como esse cruzamento dá origem a novos géneros - alguns casos foram acima referidos, por exemplo: *stencil* é uma forma de *graffiti*; *yarn bombing* e *lock on art* são formas específicas de *street installation*.

Com o que foi dito, ficamos com a noção de que a Street Art é um conceito bastante geral, que se ramifica; mas, também ficamos com a noção de que está em constante processo de inovação e desenvolvimento, vindo à luz do dia obras cada vez mais complexas e profundas. Mais surpreendente é este facto se tivermos em consideração que é uma forma de arte com o seu nascimento num passado recente e ainda ser encarada como marginal em muitos sectores do mundo da arte; para este, a arte urbana não passou a infância.

3.2. Liberdade de produção e de exposição da street art

A *Street Art* tem o seu grande desenvolvimento no final dos anos setenta, início dos anos oitenta, apesar dos movimentos que traçam os princípios que a definem começarem logo no início dos anos setenta (Lachmann, 1988). Este desenvolvimento tem que ver com uma necessidade de afirmação dos adolescentes, e de se relevarem numa vida de bairro das grandes cidades, não tivesse o grande *boom* do *graffiti*, nos anos referidos, sido em Nova Iorque (Lachmann, 1988). Estes jovens começaram por fazer *tags* (assinaturas com o seu pseudónimo) em tudo o que era sítio, competindo entre eles a ver quem preenchia mais espaço urbano com a sua marca (*tag*). As suas telas preferidas eram os comboios do metropolitano, quais galerias sobre rodas que circulavam pela cidade; aí, ilegalmente, evoluíram para obras mais complexas, em que cada *writer* (nome que se deve ao facto de pintarem principalmente o seu pseudónimo) desenvolvia o seu estilo próprio. A divulgação

¹³² “O fosso que separa o *writing* da *Street Art* é abismal. Para além das referências culturais e estéticas, mudam as dimensões, de tal forma que por vezes chegam a provocar vertigens; a relação entre legal e ilegal; o estilo e as técnicas utilizadas; a comunicação com outros artistas, da fotografia ao vídeo; o conceito de unicidade da obra; a relevância do mercado; as técnicas utilizadas, que incluem, claro o *spray*, mas também cores e rolos de pintura, *stickers*, *stencils*, *posters* e as mais diversas intervenções urbanas, com resultados estilísticos que vão da completa abstração ao hiper-realismo; por último, as mudanças também se refletem no olhar do transeunte, já não tão resistente contra aquilo que julgava ser um acto de vandalismo do qual podia prescindir, mas cada vez mais seduzido pela epifania improvisada destas obras capazes de devorar prédios inteiros. No que diz respeito ao grafitismo, a *Street Art* é, por conseguinte, substancialmente mais do que isso, aliás, muito mais do que isso.” (Dogheria, 2015b: 43-44)

era feita pela própria rede de metro, nos vários pontos da cidade podiam ser admirados ou desprezados estes graffitis.

A vida na urbe criou estes pretextos que não só suscitam rivalidades, como aproximação dentro dos grupos rivais. Questões a ver com gangues¹³³ ou grupos artísticos reclamando diferentes questões, ou uma vontade de um grupo de se fazer evidenciar pela arte, servem de incentivo aos praticantes desta arte.

Practicing street art is about having an effect on your – and other people’s – environment. The first artists started out by wanting to leave their mark. Most taggers who occupy the streets seek the recognition of their peers – a subtle game between anonymity and potential notoriety later revealed within the center of a group. These street artists earn their spurs the hard way, and step onto this rough path without any particular goal in mind. The only signal they send out is «I exist and this is what I know how to do». Others, on the contrary, want to leave a message, to create an awareness concerning certain social issues. (Catz, 2014: 36)

No desenvolvimento desta forma de arte, assistimos não só à prática individual, como à concretização de obras coletivas. O anonimato associado à “marginalidade” impede, em grande parte das situações, saber quem são na realidade os autores. Atualmente, a Street Art está quase enraizada no quotidiano como arte, o que diminui a marginalidade associada às mesmas. O seu Valor de Uso foi transformado socialmente, o que era totalmente criminoso começou a abrir o seu caminho como arte. Esta transformação do Valor de Uso vai influenciar a produção artística.

A liberdade de produção começa na comunidade artística, na formação, que é essencialmente a partilha de conhecimentos entre os vários artistas e a experimentação. A arte urbana começa com a própria vivência do artista com a cidade, com a vida de bairro. É uma arte impulsionada pela vontade de mudar a paisagem urbana, numa chamada de atenção para os seus problemas ou movidos pela necessidade de deixar uma marca. É fazer das ruas as suas galerias, os seus museus, rearranjando a paisagem urbana (através dos meios supramencionados e criando outros).

¹³³ “Before the wave of tags that appeared in the 1970s in New York, the Bloods and Crips gangs were already marking their territory with large numbers of tags in the deprived suburbs of Los Angeles.” (Catz, 2014: 28)

Pirater la ville, en faire un vaste terrain de jeu: le Street Art offre un pas de côté, une subversion du regard sur les lieux familiers. Les artistes adeptes du détournement urbain ont en commun de faire naître une réalité parallèle dans la ville, en tirant parti de son architecture, de ses accidents, des objets ordinaires qui l'habitent. Ils ont l'art de déceler une silhouette dans un banal poteau, une banquise au bord d'un caniveau, une fenêtre dans un mur en briques. Ils savent métamorphoser un espace publicitaire en parenthèse poétique, révéler un sourire dans un panneau signalétique. Ils n'ont pas oublié les rêveries de l'enfance, la magie d'un oeil à l'affût, qui transforme et construit une histoire sur un détail infime. (Pujas, 2015: 7)

É um diálogo com a rua, com a cidade, com os elementos que constituem a urbe. As obras destes artistas são um testemunhar de um espírito aventureiro nas selvas de asfalto contemporâneas, o anonimato é prova disso. A própria repressão, por parte das autoridades, faz parte desse diálogo que leva a desenvolver novas técnicas para aprimorar as técnicas utilizadas ¹³⁴. Na procura de uma produção mais eficaz, novas técnicas vão surgindo ¹³⁵; pense-se, por exemplo, no stencil, uma versão do graffiti de execução mais rápida ¹³⁶. Ou seja, existe uma luta constante pela abertura de liberdade de produção. Esta luta é levada pelos próprios artistas e pela sua própria *praxis* (prática transformadora).

Por conseguinte, a luta pela liberdade de produção abre caminho à liberdade de exposição. Ao longo das várias décadas de existência destas artes urbanas, fomos assistindo a uma abertura progressiva do intervalo permissivo de exposição. Todas as grandes cidades por este mundo fora, ou quase todas, têm espaços legais onde os artistas podem executar as suas obras ¹³⁷. O aumento da quantidade de obras e de artistas, a maior divulgação associada

¹³⁴ “L'émergence de techniques inédites a parfois été liée à la répression antigraffiti et à la volonté d'inventer des formes pour contourner la loi, en jouant avec ses interstices.” (Pujas, 2015: 7)

¹³⁵ “If purists use only spray cans, artists frequently mix several techniques during the execution of a work.” (Catz, 2014: 50)

¹³⁶ “Moreover, the stencil can easily be made at home. A subject just has to be chosen, but the relation between the material and the outline of the image needs to be understood in order to obtain a clear result, so that the parts necessary for the stencil's unified structure work in harmony with the design.” (Catz, 2014: 52)

¹³⁷ Veja-se no caso lisboeta a Galeria de Arte Urbana. Pode ler-se na introdução à versão portuguesa do livro de Duccio Dogheria dedicado à Street Art, o seguinte texto vindo desta entidade camarária: “A Galeria de Arte Urbana é um projecto da Cidade e para a Cidade, posicionando o Município de Lisboa como uma entidade aberta à mediação e à colaboração com todos os que pretendem actuar, neste universo, de forma autorizada.

Aquando da sua criação tornou-se premente encarar o fenómeno da arte urbana de forma holística, adoptando estratégias que promovam não só a produção artística e o enriquecimento da paisagem da cidade, mas que desenvolvam também outras vertentes, designadamente a divulgação, a investigação, a sensibilização para a importância do património cultural, o investimento nas políticas culturais de

às novas tecnologias, levaram a que esta forma de arte ganhasse um lugar maior na vida urbana. Contudo, esse aumento da quantidade não leva obrigatoriamente a um crescimento qualitativo. Não só de conteúdos ricos, ou inovações formais, estão as ruas recheadas ¹³⁸.

Mesmo quando não é a reivindicação de nenhum ideal, ou a criação de uma obra prima, esta forma de arte é também um suspiro de liberdade. A rua oferece as paredes, que as galerias e os museus não oferecem, aos artistas sem valor no mercado. Ali, eles mostram o seu trabalho. É uma forma de arte de aparência democrática em que o público é que decide aplaudir ou condenar. É uma fuga ao percurso tradicional do artista: academia, galeria, museu. Contudo, também têm a liberdade de pertencer a esse percurso tradicional. São vários os artistas inseridos nesta forma de prática artística que têm formação académica. Uns estão integrados no circuito comercial, na totalidade ou em parte, e conseguem retirar daí o seu sustento, através da sua prática criadora. Conquanto, tal como na generalidade das vidas dos artistas, não é fácil ganhar a vida apenas com a arte. Como nos disse o artista VIOLANT (João Maurício) ¹³⁹:

Para mim, dos maiores problemas que tenho, é que aceitem projectos. As pessoas não querem saber se tens uma linha, ideais ou ideias próprias. Tendem a considerar-me um trolha ou obreiro, acham que todo o trabalho foi pedido e encomendado, então pedem-me coisas que não têm nada a ver comigo. E ao defender a minha autoria e aquilo que quero fazer consideram-me insolente.

proximidade, a valorização da vida de bairro, a democratização do acesso à cultura e a inclusão social e criativa.” (Dogheria, 2015: 8-9)

¹³⁸ “Obras banais ou geniais, pequenas como selos ou com centenas de metros quadrados, realizadas no meio da noite com o coração a palpitar, correndo riscos e perigos, ou, pelo contrário, generosamente pagas pelos municípios em encomendas públicas realizadas com total segurança. Uma arte que, como na *web*, é absolutamente gratuita para quem dela usufrui, embora à sua volta se tenha desenvolvido um mercado em forte crescimento: não apenas o oficial, das galerias e casas de leilão, mas também uma outra forma alternativa que vive sobretudo na rede, por vezes promovida pelos próprios artistas como forma de autofinanciamento para a realização de obras na rua.” (Dogheria, 2015: 13)

¹³⁹ Resposta à primeira pergunta feita por nós.

Na ausência de uma bibliografia sistemática, procurou-se informação junto de artistas de street art (não sendo, para alguns, esta a sua modalidade exclusiva). Foram feitas duas perguntas: “Quais são as maiores dificuldades com que te deparas para executar as tuas obras?” e “A street art, representa para ti uma brisa de liberdade? Se sim, em que medida? E para o mundo da arte em geral, o que achas?”.

Dos dezasseis artistas questionados, responderam quatro.

As respostas a estas perguntas, segundo cada artista, aparecerão ao longo do nosso texto, para nos ajudar a progredir na reflexão.

Aquando o segundo capítulo, falámos, a respeito da liberdade de produção, das restrições que são impostas pelos financiadores dos projetos, sejam eles colecionadores, ou entidades públicas interessadas em adquirir a obra de certo artista. Neste caso, a venda de projetos é o que torna possível os artistas viverem da sua arte, porém, nem sempre é a arte do artista, na totalidade das suas determinações, que o comprador quer. A liberdade de produção está restringida por vontades externas ao artista, apesar de se terem consagrado fazendo o que sabem fazer melhor e da melhor forma possível. As restrições são impostas em função do gosto daquele que adquire as obras, o dinheiro dá uma noção de controlo que se estende à arte.

MAISMENOS (Miguel Januário), disse-nos algo que também vai nesse sentido do caudal, quando questionado acerca das dificuldades de execução:

Varia muito. Pode ser na concepção da ideia, como na sua execução. Por vezes as ideias surgem muito rapidamente e quase como intuitivas, por vezes nem por isso e é preciso decifrar a melhor resposta para um problema. No que toca à execução, o leque já é mais alargado - muitas vezes é conseguir contornar a falta de fundos, questões de produção, de pessoal, mas que a meu ver sempre foi um bom desafio - fazer muito com pouco¹⁴⁰.

A liberdade de produção começa no próprio artista e no seu pensamento, não fosse a liberdade artística, como já sublinhámos, a condição de possibilidade de concretizar o pensado¹⁴¹. No caso da Street Art, as restrições à liberdade de produção vão influenciar diretamente a liberdade de exposição, visto que a obra acabada está imediatamente em exposição. A totalidade das determinações de uma obra de arte urbana, engloba o espaço circundante. Existe uma estética padrão que permite a identificação de obras de Street Art, principalmente as do início, quando esta pouco se diferenciava do graffiti em forma de *writing*. Contudo, essa estética, nos dias de hoje, não engloba grande parte das obras.

Esta arte é de rua porque se encontra na rua; quando é levada para dentro de quatro paredes, quando é institucionalizada, deixa de ser urbana. No museu tradicional, ou na sala do colecionador, as obras são meramente amostras estéticas daquilo que se pode encontrar

¹⁴⁰ “L’art de rue tire souvent sa force de la modestie de ses moyens, parfois dictée par la nécessité d’une intervention rapide et efficace.” (Pujas, 2015: 18)

¹⁴¹ Importa referir que, ao contrário dos artistas citados no corpo do texto, a artista Maria Imaginário: “Não encontro nenhuma dificuldade em executar as minhas obras.”

É um sinal positivo do mercado da arte português, felizmente encontramos artistas que não se deparam com nenhuma dificuldade em concretizar as suas obras, seja no teor financeiro como no reflexivo. Embora, a nossa intuição diga que devem ser raros estes espécimes.

na urbe. Por isso, a própria produção baseia-se num diálogo com o espaço, os mecanismos do pensamento artístico que intervêm na execução da obra passam pela tentativa de usufruir do espaço da melhor forma possível ¹⁴². É este o aspeto que o artista VIOLANT (João Maurício) ressaltou ¹⁴³:

Pessoalmente adoro o ar-livre, as viagens, a mistura entre concentração e fisicalidade que é preciso para estas coisas. Há muitas coisas boas que advêm de pintar paredes e nesse sentido é libertador. Mas quando se lida com público, e entra em jogo a questão temática, aí é quase o oposto.

A tendência é a street art ser institucionalizada e com isso torna-se subserviente.

Não só o fito da prática destes artistas, mas, também o processo constitui uma certa liberdade. É no fundo a conquista de um certo território, a obtenção de um espaço seu, mesmo que efémero. Trata-se da “publicação” de algo seu: sabem que vão ser vistos, alguém vai falar da sua obra, alguém vai perceber a mensagem que eles querem transmitir; para os que querem integrar o mundo da arte¹⁴⁴ cada obra é uma possibilidade de ascensão que nasce.

A Street Art é, essencialmente, inovação artística e um mudar de perspetiva ¹⁴⁵. Durante muitos anos, olhou-se a arte dentro de quatro paredes e na sua simbiose com essas paredes. Hoje, olha-se de dentro dessas paredes, através das janelas, para as ruas em que a

¹⁴² Leia-se o que nos disse a artista Murta (Teresa Costa Gomes): “Bem, em relação a arte urbana posso dizer que a parte mais «difícil» não é o executar. Acho que o pensar no que fazer naquele «sítio específico», contextualizar, e trabalhar o espaço, e não só a parede, é o mais «difícil». No atelier, passa-se o mesmo, o mais «difícil» não é o executar, mas sim tomar as primeiras decisões. A partir daí tudo flui tranquilamente, com ou sem obstáculos/erros/expectativas ou desilusões etc, pois nessa altura já há um conforto de «já ter começado». Também é difícil absorver os resultados, é algo que leva tempo, reflexão e afastamento. Gostando ou não gostando do que vou criando, preciso de um «espaço de tempo» considerável para, tanto perceber o que tudo tem em comum, como para saber o que sinto pela determinada «coisa»/«objecto»/«imagem».”

¹⁴³ Resposta do artista à nossa segunda pergunta.

¹⁴⁴ Palavras do artista Giaco: “J’aime l’idée de faire le lien entre l’histoire de l’art et ce dernier mouvement en date qu’est le street art. Ce serait un bonheur de donner des lettres de noblesse au street art, et de faire taire ceux qui pensent encore qu’il s’agit de vandalisme.” (Pujas, 2015: 34)

¹⁴⁵ “Uma vez abandonada a urgência de uma definição precisa, saltam de súbito à vista algumas tendências deste movimento: uma constante mutação de formas e conteúdos; a possibilidade de hibridização com outras expressões culturais, com outros fragmentos (por vezes loucos, é certo) da criatividade; a sua essência leve e transitória, ou presença impactante e chocante, alternando entre a repetição e a singularidade, fundindo em simultâneo inovação e citação, projecção no futuro e recuperação descontextualizada de antigas práticas; o seu ser, em suma, aqui, mas também constantemente noutra lugar. Portanto, uma, nenhuma, cem mil formas de *Street Art*, cuja única linha delimitadora continua a ser, com uma certa pureza *zen*, a essência semântica deste duplo nome: arte e rua, nada mais.” (Dogheria, 2015: 12)

arquitetura já não é a única arte a compô-las. É uma arte que nos convida a ir ao exterior: fisicamente e intelectualmente. Abre-nos novas perspectivas, novas ideias, pela sua componente de intervenção e pela noção de contribuição comunitária para composição de uma estética urbana ¹⁴⁶. Faz-nos olhar para os problemas do mundo: ambiente, guerra, fome, capitalismo ¹⁴⁷.

A Street Art, nos dias de hoje, é símbolo de liberdade, nas ideologias por detrás de grande parte das práticas e em relação ao mundo da arte e à sua subjugação ao mercado. O posicionamento da arte na rua oferece uma lufada de ar fresco ao bafio das galerias. Tendo a possibilidade de, igualmente, transformar a prática destas. Todavia, a prática mercantil tenta deitar a mão às obras e aos artistas. Só depende destes últimos manterem-se fiéis ao que lhes deu fama e aproveitarem o seu estatuto e bolsos mais recheados para desenvolverem a sua prática num sentido crítico, em que não se deixam levar pelo luzir do ouro. Note-se que nem toda a Street Art tem essa carga libertária ou conteúdo radical, muitas das obras que se podem observar são meramente decorativas, qual quadro de produção em massa aumentado para proporções gigantescas.

3.3. O valor de uso da street art

Em parte, o Valor de Uso da arte urbana define-se pela sua liberdade de produção e de exposição. Essa definição através da liberdade de produção e de exposição é mais evidente na estrita relação do artista com a sua obra e com a mensagem que quer passar através dela. Chamando à luz do texto o artista de rua mais conhecido da contemporaneidade, Banksy ¹⁴⁸, uma citação que ele tornou conhecida ¹⁴⁹:

¹⁴⁶ “É a obra de arte que nasce de baixo; é a ilegalidade; é a requalificação dos bairros populares; é *l'épater le bourgeois*; é a iminência; é o impacto; é o anonimato; é a provocação; é a experimentação. Essencialmente, é a dimensão urbana que é definida de forma criativa, a nível colectivo e, muitas vezes, lúdico.” (Dogheria, 2015: 41)

¹⁴⁷ “Peu de place semble exister pour l'individu dans les silhouettes uniformes d'Isaac Cordal. La solitude moderne au sein de la foule pèse sur ces créatures. «L'industrialisation a tout homogénéisé. Même la pensée que nous considérons comme la nôtre en est un produit. Notre éducation est industrielle. D'une certaine manière, la globalisation, cette forme très perfectionnée de l'impérialisme, étendard du capitalisme, essaie d'unifier toutes les cultures. Les cultures primitives modernes ont été pratiquement annihilées par la culture occidentale. L'uniformisation fait que nous ne sommes plus qu'un. Et la masse est toujours plus facile à manipuler que les individus isolés.»” (Pujas, 2015: 149)

¹⁴⁸ “Nativo de Bristol, onde ainda são conservadas várias das suas intervenções, Banksy utiliza o *stencil* como uma afiada ponta de dois gumes: por um lado, a ironia, a provocação, o escárnio, a paródia à autoridade, em todas as suas formas e desvios; por outro, uma crítica mordaz ao capitalismo, à exploração humana e ambiental, à guerra e seus mercadores, aos símbolos do poder, ao

People are taking the piss out of you everyday. They butt into your life, take a cheap shot at you and then disappear. They leer at you from tall buildings and make you feel small. They make flippant comments from buses that imply you're not sexy enough and that all the fun is happening somewhere else. They are on TV making your girlfriend feel inadequate. They have access to the most sophisticated technology the world has ever seen and they bully you with it. They are The Advertisers and they are laughing at you.

You, however, are forbidden to touch them. Trademarks, intellectual property rights and copyright law mean advertisers can say what they like with total impunity.

Fuck that. Any advert in public space that gives you no choice whether you see it or not is yours. It's yours to take, re-arrange and re-use. You can do whatever you like with it. Asking for permission is like asking to keep a rock someone just threw at your head.

You owe the companies nothing. Less than nothing, you especially don't owe them any courtesy. They owe you. They have rearranged the world to put themselves in front of you. They never asked for your permission, don't even start asking for theirs. (Banksy, 2005: 160)

A citação supramencionada resume alguns dos ideais de grande fatia dos artistas de rua. Em parte, é uma revolta contra aquilo com que somos impingidos todos os dias da nossa vida por meramente circularmos nas ruas. É a atitude de não aceitar as “formas ideais” de vida sugeridas pela publicidade e pelo entretenimento ¹⁵⁰.

pensamento comum e, em geral, àquela que Guy Debord definiu como a «sociedade do espectáculo».” (Dogheria, 2015c: 20)

¹⁴⁹ Somos aqui propositadamente injustos ao atribuir esta citação a Banksy. A verdade é que Banksy aproveitou esta citação, sem referir o autor, alterando significativamente a sua forma. O autor da ideia original é Sean Tejaratchi e saiu em uma fanzine *Crap Hound n° 6*, em julho de 1999. A citação da versão de Banksy vem da preferência pela sua forma e por ter sido ele a ter tornado popular esta ideia; bem como tudo se ter esclarecido entre os artistas, e a própria ideia de aproveitamento de ideias fazer parte da street art. Para melhores esclarecimentos em torno desta questão:

Cf. http://www.readingfrenzy.com/ledger/2012/03/taking_the_piss.

¹⁵⁰ John Berger, no seu famoso *Ways of Seeing* (série televisiva e livro), fala deste aspeto da influência da publicidade no quotidiano: “Publicity is usually explained and justified as a competitive medium which ultimately benefits the public (the consumer) and the most efficient manufacturers – and thus the national economy. It is closely related to certain ideas about freedom: freedom of choice for the purchaser: freedom of enterprise for the manufacturer. The great hoardings and the publicity neons of the cities of capitalism are the immediate visible sign of ‘The Free World’. (...) Publicity

No seu desenvolvimento, a Street Art começou a fazer com o material publicitário o que a publicidade fez com a arte ¹⁵¹. São vários os artistas que transformam os materiais publicitários presentes nas ruas para, com isso, deturparem a mensagem presente nos mesmos, o que resulta num trocadilho ou mensagem irônica acerca de situações que são vistas socialmente como normais ¹⁵². A publicidade aproveita-se da arte para lhe dar força, para dar autoridade ao transmitir uma certa erudição ¹⁵³; a Street Art aproveita a publicidade para emitir uma outra espécie de força, os papéis invertem-se. Ao transformar a publicidade que é massificada e está presente na vida de toda a gente, a arte ganha a força do desafio à “normalidade” mundana. O material para a produção das obras é “oferecido” pelas ruas; os anúncios publicitários são recortados, pintados, dobrados, sobrepostos com autocolantes, para se tornarem numa mensagem crítica ¹⁵⁴. A arte transforma e é transformada. Não obstante, também a publicidade se aproveita da Street Art, em várias formas, para cumprir os seus objectivos.

Et le dialogue peut s'inverser. Le monde du marketing a rapidement compris combien les techniques du street art pouvaient s'avérer efficaces et propres à frapper les esprits.

persuades us of such a transformation by showing us people who have apparently been transformed and are, as a result, enviable. The state of being envied is what constitutes glamour. And publicity is the process of manufacturing glamour.” (Berger, 1972: 130-131).

¹⁵¹ “There are many direct references in publicity to works of art from the past. Sometimes a whole image is a frank pastiche of a well-known painting.” (Berger, 1972: 134); “Autant d’Apollons et de Vénus d’antan transposés, dans une mythologie de la modernité, en *top models* de *play-boys* et de *cover-girls*, pour illustrer ce panthéon que sont les pages publicitaires des magazines. Le modèle du corps parfait, selon les normes de la mensuration actuelle, rejoint le calcul des proportions de la Vierge raphaélique et de l’*Homo ad quadratum* de Vinci, dans ses caractéristiques classiques, ou des déhanchements et des élongations de maniérisme dans ses caractéristiques de raffinement décadent.” (Dubois, 2001: 100)

¹⁵² O artista JBC revela esta característica em sua obra: “Je mets souvent en scène des situations absurdes, qui renvoient à l’absurdité de notre monde – là, c’était une allusion à l’aspect autodévorateur du capitalisme.” (Pujas, 2015: 15)

¹⁵³ “But a work of art also suggests a cultural authority, a form of dignity, even of wisdom which is superior to any vulgar material interest; no oil painting belongs to the cultural heritage; it is a reminder of what it means to be a cultivated European. And so the quoted work of art (and this is why it is so useful to publicity) says two almost contradictory things at the same time: it denotes wealth and spirituality: it implies that the purchase being proposed is both a luxury and a cultural value.” (Berger, 1972: 135)

¹⁵⁴ “Through a committed yet simple act, the street artist makes a stand. The Frenchman Zevs, for example, directed many of his pieces against advertising and the fashion industry. Other groups of street artists work with the same aim in mind and occupy illegal billboards in big cities by reappropriating them visually. The Circle artist collective in Los Angeles best represents this kind of action, fighting against four thousand of these famous billboards (which sometimes reach a length of twenty, thirty, or forty feet with a height of ten feet) placed illegally across the city.” (Catz, 2014: 95)

Les artistes détournent leurs panneaux? La communication s'approprié à son tour les supports traditionnellement utilisés par le street art. Pochois bombés au sol ou fresques sur les murs vantant les mérites d'un produit se multiplient, semant un instant le doute sur la nature publicitaire de l'image. Une façon de séduire par l'humour ou d'avancer masqué. La lutte pour les esprits est engagée... (Pujas, 2015: 62)

Atualmente, os materiais publicitários - sob o signo do design¹⁵⁵ - são, cada vez mais, vistos como elementos artísticos. Ora, visto que a arte tem uma liberdade formal para se apresentar, este fator não é passível de ser criticado. Porém, importa mencionar que este é mais um dos sintomas da contemporaneidade. O rótulo de arte ou de design tem que ver com o contexto em que as obras estão inseridas – ilustrações idênticas, uma na parede de uma galeria é arte, outra na capa de uma revista é design.

Os membros destes sectores são da mesma geração que os artistas de Street Art, ambos têm uma base de referências comum, muitos partilham o mesmo género de formação académica. A própria forma de pensar acaba por convergir em certos pontos: determinadas componentes estéticas, nomeadamente, o trocadilho engraçado; as dimensões das obras, outdoors, fachadas de prédios; os conteúdos próximos do cartoon. São algumas dessas características que também despertam a atenção do público para a Street Art. Todavia, na arte urbana realça-se a forma como os artistas jogam com o lugar comum e fazem passar mensagens de contestação ou meras ironias em torno do absurdo social. Este conteúdo aliado à qualidade estética quase incontestável de muitos artistas, fazem com que a arte da/na rua tenha vindo a ser cada vez mais aplaudida.

Ainda a ver com a cultura de massas, podemos observar o uso e reaproveitamento de personagens simbólicas da cultura popular na Street Art. Nas décadas de oitenta e noventa dá-se a explosão e massificação destes elementos associados a determinadas marcas (videojogos, doces, filmes, desenhos animados); é nessa altura que, mesmo produtos de décadas anteriores, como os desenhos animados (Disney, Looney Tunes, etc.), começam a atingir a sua maior divulgação, pela maior presença da televisão na vida do dia a dia. Esses

¹⁵⁵ O design, e as componentes técnicas desenvolvidas por esta área, foi e é outra grande influência no desenvolvimento da arte. A arte contemporânea e o design distinguem-se apenas pelo contexto onde estão inseridos as formas e os conteúdos, e, não, entre as formas e os conteúdos em si. Entre duas obras gráficas semelhantes, é design a que vem na capa de uma revista, é arte a que está pendurada na parede de uma galeria. O design apresenta uma componente que, cada vez mais, é realçada nas obras de arte da contemporaneidade, um carácter “humorístico” ou trocadilhos práticos, descontextualizações que formam novos contextos. Através da deturpação de aspetos comuns do dia a dia, criticam-se os traços condutores da vida em sociedade.

elementos provêm das estratégias publicitárias das indústrias por detrás dos respetivos produtos. O uso desses símbolos tem que ver com a linguagem que é usada para comunicar entre as pessoas de uma geração – as pessoas nascidas nos anos oitenta e noventa irão reconhecer as ironias feitas a partir da imagem deturpada de um Super-Mário (Nintendo) ou de um Sonic (Sega). Essa linguagem é o conjunto de símbolos com que as pessoas dessas gerações cresceram; na sua forma positiva, ou seja, como aquilo que era mostrado como bom para ser procurado. Na sua forma negativa, o artista mostra um desses símbolos transformado, fazendo uma crítica social - muitas vezes, trazendo um desses símbolos para vida comum (um desses personagens com filhos e sem dinheiro para os alimentar, por exemplo). Há uma forte componente de linguagem simbólica, que é usada para comunicar as várias mensagens heterodoxas.

Contudo, para além dos temas que constituem o conteúdo das obras - numa liberdade de apropriação -, o *modus operandi* destes artistas reflete a vida da urbe e é uma das outras determinações que definem a arte urbana. Tal como a tinta em tubo permitiu a prática impressionista, em que os artistas podiam sair do seu atelier de cavalete e maleta de tintas às costas para executar as obras no exterior, também o desenvolvimento tecnológico veio facilitar a produção e a exposição das práticas artísticas associadas à Street Art. As latas de spray fazem com que as pinturas não precisem de preparação (diluyente, água, pincéis, ...), as telas são as ruas ¹⁵⁶, as tintas são facilmente transportáveis. A maioria dos elementos necessários à concretização de uma obra são acessíveis a qualquer artista, a realização das obras depende mais da técnica e imaginação do que dos meios financeiros para conseguir concretizar as suas obras. A criatividade sobressai na capacidade de usufruir ao máximo, e da melhor forma, os poucos meios que se tem.

O Valor de Uso da Street Art começa por ser definido nas intenções pelas quais ela é realizada, tal como na generalidade da arte. No caso da arte urbana, o processo sobressai na definição do seu Valor de Uso. A procura por fazer realçar as obras no espaço público, marginalmente, tem consequências estéticas e temporais. A urbe é a tela e galeria destes artistas; porém, como tal, as obras são postas à mercê dos restantes “donos” do espaço. As consequências para obra são estéticas - sobreposições, apagamentos, ou, na vertente positiva, a perenidade e adoração do público.

¹⁵⁶ “«Les rues sont le vrai champ de bataille de la démocratie», assure le Canadien Peter Gibson, alias Roadsworth. «Je vois le street art comme un média alternatif. L’espace public est une arène intensément politique et très disputée, en particulier au cours des dernières années, à cause de l’expansion de la présence des marques.»” (Pujas, 2015: 48)

Ora, lembremo-nos agora do que dissemos anteriormente em torno do Valor de Uso de uma obra de arte. O Valor de Uso de uma obra de arte é a utilidade que ela tem. Por sua vez, essa utilidade advém da posição que a obra adquire na sociedade. A sua primeira utilidade é ser arte, mas ser arte é por si mesmo um conceito num contexto que varia de sociedade para sociedade – não obstante, cada país, cada cidade, tem as suas leis a ver com a arte urbana ¹⁵⁷. Analisando a Street Art por este prisma, podemos dizer que a forma como ela é encarada nos dias de hoje, advém de um desenvolvimento do seu Valor de Uso. Este valor foi-se transformando e foi ficando cada vez mais abrangente: a Street Art foi subindo na hierarquia do mundo da arte. Não só os artistas, usando esta forma de arte como expressão lhe reconhecem um Valor de Uso, mas críticos, teóricos, curadores, marchands, assumem que esta forma de arte tem um papel importante não só na vida quotidiana como para o próprio mundo da arte ¹⁵⁸.

3.4. O valor de troca da street art

O desenvolvimento desta forma de arte deve-se principalmente à sua liberdade de exposição, visto que são obras para os olhos de toda a gente, sendo o seu museu ou galeria a própria rua; e, também, às novas tecnologias, e ao fato de toda a gente nos dias de hoje andar com uma câmara fotográfica integrada no seu telefone móvel, dispositivo essencial à vida hodierna. Ao fim e ao cabo, a liberdade de exposição é o fator fulcral do desenvolvimento desta forma de arte. Um artista de rua concebendo uma obra que chame à atenção dos transeuntes faz com que estes tirem o seu telemóvel do bolso e fotografem. Instantes depois, esta foto está nas redes sociais e corre mundo. A Street Art deve o seu crescimento principalmente ao cidadão comum e não tanto ao mundo da arte, descrito no primeiro capítulo como a interação de especialistas. Claro que, com tantos olhos postos nesta forma de arte, o mundo da arte também despertou para ela, e, por conseguinte, o mercado (ou vice-versa?).

¹⁵⁷ “Obvious offences are to be avoided, since the penalties are severe in both Europe and the United States: fines ranging from \$ 2,000 to \$ 40,000 (with unlimited expenses), and up to two years in prison for the degradation of public property, hence the necessity for street artists to use pseudonym.” (Catz, 2014: 88)

¹⁵⁸ “O próprio conceito de *masterpiece* é em si mesmo indicativo de uma nova consciência por parte do autor de já não se movimentar no campo minado do vandalismo, mas sim naquele mais estimado pela arte, com todas as suas possibilidades.” (Dogheria, 2015b: 19)

A busca de liberdade por vias marginais vai deixando de ser fator preponderante da definição da Street Art, visto que decorre uma abertura exponencial dos espaços urbanos para a sua integração. Contudo, a abertura de espaço público para inserir a Street Art, tem que ver com o aumento dos valores. Deixou de ser vista numa perspetiva de degradação do património, para passar a ser tida como um fator de valorização do património. Esta valorização do património pode ser feita de diferentes formas e sob pretextos vários: cultura, integração, serviço social, des-marginalização ¹⁵⁹. A Street Art ganhou Valor de Troca pelo crescimento do Valor de Uso, mas esse Valor de Troca também aumenta o Valor de Uso. Cresce a utilidade que é a “comercialidade” deste tipo de obras ¹⁶⁰. Este aspeto também faz com que, cada vez mais, sejam financiados projetos de arte urbana. O seu crescimento no mercado faz com que haja mais olhos virados para esta forma de arte, não fosse a mercantilização o coração de uma sociedade capitalista. Assim, assistimos ao brotar sucessivo de novos projetos. A oficialização da Street Art encontra-se num curso progressivo. As cidades contratam estes artistas para embelezar os seus edifícios. Os municípios, as freguesias e as associações culturais criam espaços próprios para a prática desta forma de arte. A velha polémica da diferença entre arte e vandalismo vai-se diluindo abençoada por cifrões.

Façamos, num breve desvio, uma comparação com a *land art* como ferramenta à reflexão em torno do lugar dos artistas e da *Street Art* no mundo da arte.

Le street art est un cousin Urbain du land art, qui love les oeuvres au coeur des paysages. Deux formes de création *in situ*, d’interaction avec um décor préexistant.
(Pujas, 2015: 164)

¹⁵⁹ Veja-se, como exemplo, em Portugal, o projeto “Há Arte no Bairro” que consiste em sensibilizar o público para questões da arte urbana, integrando no programa visitas guiadas e workshops. Cf. <http://p3.publico.pt/cultura/exposicoes/15732/galeria-de-arte-urbana-leva-quotstreet-artquot-bairros-municipais>.

¹⁶⁰ “A requalificação de alguns bairros feita pelos murais chega por vezes ao ponto de tornar estes mesmos bairros em objectos de especulação na construção, frequentemente ligados à gentrificação dos bairros populares. Com efeito, diversas imobiliárias utilizam a presença de obras importantes de *Street Art* como pretexto para aumentar os preços dos apartamentos que se encontram à sua frente, tal como sucedeu com os *stencils* de Banksy em Bristol e, mais recentemente, com os murais de Blu em Berlim.” (Dogheria, 2015d: 18)

Dando razão a Sophie Pujas: tal como a *land art*, a *Street Art* parte do já existente e constrói-se a partir de um diálogo com o espaço ¹⁶¹. Porém, a natureza desses espaços difere, o património natural¹⁶² não é visto da mesma forma que o património arquitetural, muito menos se recuarmos várias décadas na história contemporânea. A consciencialização ambiental não teve sempre as proporções que tem hoje (relevando-se que, mesmo assim, não é suficiente para travar os descabros que podem ser observados por todo o globo). A Natureza não custou dinheiro. Na maioria dos casos, uma obra de arte num meio natural não irá ter custos diretos que prejudiquem os bolsos do Homem.

Dizendo respeito ao mundo da arte, alguns artistas na área da *land art* têm um lugar destacado na hierarquia artística, ao contrário de artistas de *Street Art*. A sua própria atividade é vista com um certo requinte espiritual e de comunhão com a Natureza. Inclusive, muitas vezes, são convidados a trazerem para a cidade aquilo que fazem fora dela. Veja-se o caso do artista Christo¹⁶³, cujas obras "envolvem" tanto o campo como a cidade. Este fato está diretamente ligado à visão que o mundo da arte tem em torno das várias formas de arte, mais especificamente, em relação a cada artista.

¹⁶¹ “Dans ces espaces, la nature se fait volontiers presente. Il l’intègre à sa quête de l’esprit des lieux, joue avec les arbres ou les fleuves tout proches. «Le street art est un dialogue – avec l’architecture, avec la nature, avec les passants qui seront le public, avec les autorités et la loi. Et, en dernier recours, c’est un dialogue avec vous-même. C’est ce qui em fait la force.» [diz Nikita Nomerz]” (Pujas, 2015: 176)

¹⁶² “Com a *land art* emerge assim um paradigma estético e de ação cultural que é uma ética de intervenção no território. Os criadores entregam-se a uma reflexão-ação sobre a biosfera tardo-industrial, tendo a terra por lugar estratégico e por problema de fundo a definição dos modos de nela intervir.” (Caeiro, 2014: 97)

¹⁶³ Dizendo respeito à liberdade de produção e de exposição, leiam-se as declarações do próprio artista em relação ao auto-cancelamento de um dos últimos projectos: “Após mais de 20 anos de planeamento e de um investimento próprio de cerca de 14 milhões de euros, Christo anunciou esta quarta-feira que não pretende avançar com *Over the River* durante o mandato da administração de Donald Trump. «Venho de um país comunista», começou por dizer ao *The New York Times* o artista que nasceu na Bulgária. «Uso o meu próprio dinheiro, faço o meu trabalho e os meus planos porque gosto de ser completamente livre. E agora o governo federal é o nosso senhorio». Sem mencionar directamente o nome de Trump, Christo de 81 anos referiu que não pode «fazer um projecto que beneficia o senhorio».” (Monteiro, 2017)

Contudo, a própria obra de Christo foi contestada e levada a tribunal por um grupo de proteção ambiental:

“In court, Christo argued that he had taken every step possible to prevent long-term damage to the river, land around it, or animal or plant life. The group that has opposed him, Rags Over the Arkansas River, or ROAR, has argued that the federal Bureau of Land Management, in approving the project, failed to take sufficiently into account its possible threat to bighorn sheep and the impact on traffic on U.S. Highway 50 through the canyon. On Wednesday, Joan Anzelmo, a spokeswoman for ROAR, said it was «ecstatic» to hear of the decision, no matter what the artist’s reasons. «This means local people will now be protected,» she said, «as well as wildlife, birds and fish.»” (Kennedy, 2017)

Não obstante, artistas como Basquiat (autodidata à semelhança dos “miúdos” que pintavam nos comboios) ou Keith Haring (com formação académica)¹⁶⁴ começaram por desenhar e pintar na rua, num impulso semelhante aos artistas urbanos e influenciados por estes (Catz, 2015). A valorização no mercado, a partir do crescimento dos seus Valores de Uso, impulsionados de diferentes formas, leva a uma maior abertura da sociedade para receber as obras desses artistas, mesmo que se apresentem de forma semelhante a anteriormente. É verdade que, no caso destes artistas conceituados, as suas obras foram institucionalizadas, apoiadas por diversas entidades, públicas e privadas, a sua prática deixou de ser feita ao ar livre. Mesmo que a estética que lhes é própria seja semelhante a obras de Street Art, o seu encaixe nos anais da história é na “arte contemporânea”.

Perceba-se o movimento, os artistas começam na rua, são levados para as galerias e passam a artistas sem o rótulo “street”; com isto, a Street Art ganha espaço dentro do mundo da arte, a arte urbana é levada para dentro das quatro paredes, qual paradoxo; assim, a arte urbana, que já tem valor, ganha a sua posição legal em espaços selecionados da cidade. A Street Art, para o mundo da arte, é marginal exceto quando cumpre os requisitos financeiros.

Where there is art, even if it is illegal, there is also a market: this one emerged in the United States in ‘1973 with the Razor Gallery in New York, which organized the first exhibition devoted entirely to graffiti art, curated by Hugo Martinez, the founder of one of the first New York crews, the United Graffiti Artists (UGA). Other specialized galleries followed suit, such as Fashion Moda in ‘1978 and the Fun Gallery in ‘1981. (Catz, 2014: 26)

Os aplausos do público fazem com que o mercado arranje maneira de comercializar: há clientela, falta massificar o produto. O artista tem de comer, vestir e calçar, tem de ter dinheiro para continuar e desenvolver a sua atividade; dessa forma, é normal que se deixe levar pela conversa daqueles que conseguem tornar a sua prática artística bastante rentável. Assim, para além do crescimento do Valor de Uso, tem vindo também a aumentar o Valor de Troca das obras de arte que se enquadram na Street Art. Isto acontece desde quase os

¹⁶⁴ “Haring e Basquiat foram seguramente os artistas mais conhecidos da Graffiti Art, embora sejam com frequência aqueles que, pelo seu estilo e finalidade, ao mesmo tempo mais se distanciam dela. Porém, no fundo, também esta aparente contradição faz parte da sua grandeza.” (Dogheria, 2015b: 29)

primeiros tempos de existência restringida aos graffiti nova-iorquinos¹⁶⁵; conquanto, essas primeiras galerias constituíssem um nicho de mercado relativamente pequeno e, na sua maioria, *underground*. Contudo, o “clima” do mundo da arte das décadas de oitenta e noventa, principalmente americano¹⁶⁶, era propício à integração de membros do *sub-mundo* da arte, onde lhes era reconhecido o *glamour* marginal. Porém, o impacto no mercado da arte, e a disseminação da Street Art, não chegava perto do que é verificado no panorama atual.

O crescimento do Valor de Troca leva ao ponto em que muitas obras de artistas conceituados são arrancadas das ruas, sem a sua autorização, para serem postas em galerias para venda ou leiloadas, atingindo valores altíssimos. É o caso de muitas obras do já referido Banksy. Este artista faz da sua atividade também uma crítica a este lado negro do mundo da arte. Há relativamente pouco tempo atrás, montou uma banca em Nova Iorque com telas da sua autoria, não assinadas, nem tão pouco revelando que esse evento iria acontecer. Sendo ele conceituado, seria de esperar que as suas obras esgotassem em segundos, com os compradores a seguirem-se pela estética. A quantidade vendida foi de apenas oito quadros, cada um pelo preço de sessenta dólares¹⁶⁷. Quando o artista revelou que tinha estado uma banca com obras suas à venda por esse preço, meio mundo se deve ter arrependido de não ter comprado. Ora, como o artista queria provar, é um exemplo de como as pessoas procuram, principalmente, comprar algo porque é conceituado e pode valorizar, e não pela qualidade artística das obras. A reforçar mais este ponto, vem o fato de que as obras vendidas por sessenta dólares como sendo de um desconhecido, depois de ganharem o certificado como

¹⁶⁵ “Os anos oitenta marcaram o ingresso do graffiti na oficialidade da arte. Em conjunto com espaços expositivos *underground* como o Fashion Moda, algumas galerias importantes de Nova Iorque começaram a interessar-se pelo fenómeno, levando o grafítismo ao *mainstream* artístico.” (Dogheria, 2015b: 29)

¹⁶⁶ Segundo o que pode ser lido no próprio livro do mesmo autor, esta citação parece-nos exagerada. A expressão “verdadeiras estrelas do art system internacional” perde veracidade se compararmos com o que lemos nos manuais de arte contemporânea tomando atenções aos nomes dos personagens principais destas épocas. A mesma comparação pode ser feita hodiernamente, contudo não é de estrelato que aqui falamos. Porém, podemos retirar da citação o desenvolvimento antecipado nos Estados Unidos da América em relação ao restante mundo: “No início dos anos oitenta o grafítismo nos Estados Unidos era uma tendência artística completamente amadurecida, cujos protagonistas começavam a ser considerados verdadeiras estrelas do art system internacional. Contudo foi necessário mais algum tempo para que o writing e o grafítismo se tornassem linguagens artísticas comuns na Europa, inicialmente com trabalhos a imitar estilos e iconografias do exterior, para depois ganhar uma completa autonomia artística; (...)” (Dogheria, 2015b: 42)

¹⁶⁷ Cf. <http://expresso.sapo.pt/cultura/banksy-vende-a-50-euros-quadros-que-valem-milhares=f835583>

sendo de Banksy, foram re-vendidas por valores entre os sessenta mil e os cento e vinte mil dólares ¹⁶⁸.

Ressalva o artista MAISMENOS (Miguel Januário) ¹⁶⁹:

A street art já representou mais uma brisa de liberdade. Hoje está engolida pelo sistema, faz parte do espectáculo. Digamos que está domesticada. Acontece com tudo o que é contra-sistema: eventualmente é aglutinado e torna-se parte do sistema.

Para o mundo da arte em geral (ou pelo menos para uma certa parte) sinto que existe uma certa dificuldade em aceitar a street art como parte do 'mundo da arte', apesar de, invariavelmente, já fazer.

Existe um certo elitismo por parte do mundo da arte que impede a Street Art de ser vista como parte integrante do mesmo ¹⁷⁰, exceto os casos em que é útil. Esse elitismo é realçado, por exemplo, na ausência de uma literatura sistemática acerca desta forma de arte. A bibliografia, na sua maioria, limita-se a roteiros imagéticos e coleções de obras e nomes. Salvo algumas introduções, uns artigos, umas entrevistas, existe uma carência literária, que intuímos se dever à razão de ser uma arte “verde”¹⁷¹ e ainda não se ter entranhado no mundo académico. Uma forma de arte está madura quando a sua bibliografia já não depende (fundamentalmente) de exemplos, e se pensa de forma universal (porém, não generalista) o processo e vida dessa “arte” (ontologia).

A Street Art não é académica. Só recentemente, pelas mãos de pessoas das gerações que cresceram com a linguagem adjacente à arte urbana, é que o tema começa a ser pensado com a profundidade que lhe é devida, e não apenas num imediato imagético. Sobressaia o

¹⁶⁸ Cf. <http://www.widewalls.ch/feature-article-banksy-a-relentless-market/>

¹⁶⁹ Esta é a resposta do artista à segunda pergunta feita por nós.

¹⁷⁰ “A *Street Art*, movimento em constante evolução, apresenta dificuldades em ser levada a sério no contexto de eventos expositivos institucionais, e sobretudo os de carácter retrospectivo. Percebemos facilmente as suas razões: por um lado, o receio de nos expressarmos sobre um movimento em plena e constante actividade e reconfiguração; por outro, as dificuldades técnicas na relação com obras que, extrapoladas do contexto urbano, acabam empobrecidas, quando não desvirtuadas.” (Dogheria, 2015e: 52).

¹⁷¹ A resposta da artista Murta à nossa segunda pergunta: “Sobre a street art, penso que é um «lugar» com potencial, onde muitos artistas se sentem, uns mais, outros menos, confortáveis. É um desafio para uns, e uma "praia" para outros. No entanto acho que cada artista, que pinta/intervém num espaço público, tem os seus próprios motivos/dificuldades e interesses. Se é uma brisa de liberdade para o mundo da arte...não acho, por enquanto, acho que é uma porta a abrir para a arte noutros mediums e formatos, bem como públicos, mas ainda assim acho que ainda esta muito verde, pelo menos em Portugal, 90% é pintura mural. Ou não há mais artistas interessados a intervir no espaço público noutros suportes ou então há pouco apoio/condições etc.”

fato de que este capítulo não se deve a uma questão de gosto, mas, a um reconhecimento da importância do fenómeno da Street Art, para o mundo da arte e para a sociedade em geral, como uma forma de arte que tem uma potencialidade transformadora pelas capacidades de ultrapassar barreiras produtivas e expositivas. Vive nestes artistas a vontade de fazer o lugar público realmente público (não falamos de quando património é destruído).

3.5. Apontamento à aura da street art

Ultrapassada a barreira do elitismo, abre-se o caminho à valorização. Aumenta o Valor de Uso, os críticos e os teóricos validam, o aspeto rude ganha *glamour*. Aumenta o Valor de Troca, as vozes que ditam a compra já a permitem. Qual contradição, os artistas “de rua” são convidados a fazer obras para serem expostas em galerias, em museus (tradicionalis) - o museu de arte urbana não pode ser um museu “normal” nem, tampouco, pode simular a rua; desprovidas de contexto, as obras perdem o seu sentido original.

As obras ganham valor no mercado, o que permite aos artistas viverem da sua prática fazendo obras para galerias. Contudo, por partilharem semelhante forma estética, ou fazerem parte do espólio de um artista dito de rua, não cumprem a característica fundamental que define a Street Art: encontrarem-se no espaço urbano, na rua ¹⁷². Assim sendo, o que é que está a ser valorizado financeiramente? Certamente, o nome do artista. Porém, para inserção no mercado e desenvolvimento neste, as determinações que lhe deram fama são abandonadas (no mínimo, em parte da sua prática). Lembremo-nos do conceito de *aura*¹⁷³ de Walter Benjamin:

É, pois, de importância decisiva que a forma de existência desta aura, na obra de arte, nunca se desligue completamente da sua função ritual. *Por outras palavras:*

¹⁷² Declaração do artista Vhils: “A arte urbana não nasceu com o propósito de ser comercializável, não é essa a sua natureza. O que há é artistas que ganham a sua vida através do trabalho que fazem para galerias etc. São fundamentalmente dois meios que por vezes ganham sobreposição através do mesmo criador, mas na sua essência seguem funções e propósitos diferentes.” (Eugénio, 2013: 46-47)

¹⁷³ “A definição de aura como «a manifestação única de uma lonjura, por mais próxima que esteja» mais não representa do que a formulação do valor de culto da obra de arte em categorias da percepção espacial e temporal. Lonjura é o oposto de proximidade. A lonjura essencial é a inacessível. De facto, a inacessibilidade é uma qualidade primordial da imagem de culto. Pela sua própria natureza, mantém-se «longe, por mais próxima que esteja». A proximidade propiciada pela sua própria matéria não afecta a lonjura que mantém depois da sua manifestação.” (Benjamin, 2012: 69)

o valor singular da obra de arte «autêntica» tem o seu fundamento no ritual em que adquiriu o seu valor de uso original e primeiro. (Benjamin, 2012: 69)

Apesar de estarmos a refletir em torno da arte urbana, esta questão é válida para toda a obra de arte. A mudança de contexto destrói o sentido original da obra. A mudança de paradigmas vai fazendo com que se distancie do Valor de Uso original: aquele que o artista deu à obra. Quando olhamos para a arte do passado facilmente percebemos esta questão, pense-se em qualquer ídolo religioso cuja utilidade era o culto colocado num museu contemporâneo¹⁷⁴. Ao se retirar uma obra da rua está a privar-se a obra do seu contexto, de uma das principais determinações que lhe dão sentido. E, como já se abordou, muitas das vezes que isso acontece é em função da rentabilização, da procura de lucro sem autorização do artista (passou-se com obras de Basquiat, passa-se com obras de Banksy).

Contudo, são cada vez mais os casos em que os artistas já não procuram esta aura da Street Art. A “rua” tem um papel de plataforma para o sucesso artístico. As ruas já não pertencem apenas aos muralistas, *graffiters*, *writers*, etc. As próprias técnicas para concretizar as obras de arte urbana são baseadas em técnicas tradicionais ou de outro tipo de *mediuns*¹⁷⁵. As paredes da cidade, bem como o seu “mobiliário”, são um meio para atingir um fim: liberdade expositiva; de forma a divulgarem o seu Valor de Uso, para atingirem um Valor de Troca, inflacionando-se ambos os valores mutuamente¹⁷⁶. Ou seja, a Street Art aproxima-se das restantes artes contemporâneas, desligando-se do impulso original que lhe deu origem. Isto é, não é tanto uma procura por uma liberdade contestatória (apesar de em

¹⁷⁴ “Esta tradição, ela própria, é algo de completamente vivo, algo de extraordinariamente mutável. Uma estátua antiga da Vénus, por exemplo, situava-se num contexto tradicional diferente para os Gregos, que a consideravam um objecto de culto, e para os clérigos medievais, que viam nela um ídolo nefasto.” (Benjamin, 2012: 68)

¹⁷⁵ “No entanto, e não nos cansamos de repeti-lo, na Street Art não existem regras, a não ser aquela da constante experimentação.” (Dogheria, 2015c: 30)

¹⁷⁶ Vejamos, por exemplo, um caso que nos é mais próximo: Vhils (e sua equipa). O artista de rua português é, atualmente, uma das figuras principais do panorama da Street Art nacional e internacional. A sua criatividade assenta numa construção das obras, através de uma desconstrução do espaço. As imponentes obras deste artista resultam de um “escavar” de paredes, utilizando várias técnicas, sendo a mais fascinante o uso de explosivos. Este artista, nos últimos anos, tem vindo a receber vários prémios e elogios do mundo da arte a nível internacional. É o exemplo de como um artista partindo da sua criatividade (aparecendo na capa da revista Times em 2008, aquando o Cans Festival em 2008, organizado por Banksy) ganha o apoio de outras entidades, podendo progredir e trazer obras cada vez mais elaboradas às ruas, mundo fora. Este artista teve uma formação académica, é agenciado, tem exposições para além dos trabalhos de rua pelos quais é conhecido. Contudo, o sucesso trouxe-lhe uma maior capacidade de mostrar e de elevar o seu trabalho, mantendo uma proximidade com o que o tornou conhecido. Resta ficar atento e observar se o seu trabalho evoluirá criativamente ou se estagnarão confortavelmente.

muitos casos o ser), mas, uma procura por uma liberdade artística (no sentido lato do termo)

177

A exigência de emergir artisticamente, de obter reconhecimento público pelas próprias obras, empurrou os *graffiti artists* para a realização de peças cada vez mais arriscadas, monumentais e com grande impacto, bem como, e de forma paralela, à procura de contactos com o mundo das galerias. (Dogheria, 2015b: 19)

Esta citação refere-se aos artistas de graffiti do início deste movimento, que viveram o desenvolvimento e parcial institucionalização do mesmo. Ou seja, essa experimentação que o autor fala, esse “extremismo”, é o que movimentou o processo que resultou no estado atual da Street Art. Esses primeiros artistas urbanos abriram o caminho aos artistas hodiernos, mesmo os que não se relacionam com a *aura* da Street Art, para que possam usar a rua com uma liberdade que eles não tinham. A legalização e aceitação da sociedade e do mundo da arte abriram caminho ao desenvolvimento mercantil. Todo o elemento comum do quotidiano, com a sua passagem a uma “necessidade”, torna-se uma mercadoria. Para a mercadoria existir tem de haver produtores, para ser distribuída tem de ser exposta.

¹⁷⁷ A artista Maria Imaginário, na resposta à nossa segunda pergunta, demonstra uma opinião diferente da nossa, vendo a rua como qualquer outro suporte utilizado pela mesma: “Eu não me relaciono muito com a streetart, quando pintava na rua, nunca achei que fosse uma brisa de liberdade nem vejo as coisas dessa forma, era simplesmente algo que eu gostava de fazer e como qualquer trabalho que faço tinha o propósito de comunicar.”

EM JEITO DE CONCLUSÃO: DEFENDER A QUALIDADE É LUTAR PELA LIBERDADE

Quase chegada a hora das despedidas, restam-nos as justificações e alguns lamentos. Entendemos que, por repetidos momentos, ao longo do texto, encontrámos alguns entraves à reflexão e, provavelmente, a resposta dada, ou sugerida, nem sempre foi a mais satisfatória, não passando da trivialidade. Tal, leva a que nos tenhamos restringido a um apontar de problemas, sem sugerir respostas concretas. A nossa reflexão toma essa forma, em parte, porque nem sempre encontrámos na bibliografia consultada (não apenas a que foi citada) respostas que nos satisfizessem e, muito menos, o mais raro, uma formulação correta das perguntas. Em alguns livros, percorremos áridas páginas acabando por retirar apenas uma frase; noutros, o sublinhar foi abundante; nalguns textos, retirámos principalmente as ferramentas, os modos de pensar, para conseguirmos refletir, ficando as citações para segundo plano; por sua vez, em alguns romances foi onde encontrámos certas “luzes” que nos apontaram para certo caminho. Tentámos acima de tudo não seguir uma lógica de “encaixe”, em que se procura citações para “engordar” o texto; usámos apenas os textos e autores que se adequam à nossa reflexão; ou seja, aproveitámos apenas utensílios à progressão pensante.

Ora, guardámos este último espaço que nos é reservado para expandirmos o nosso pensamento de forma mais livre, dando um pouco de folga aos grilhões académicos e, com uma quase irreverência, recorrer pouco a autores de renome.

O ponto de partida da nossa reflexão foi a – suposta - liberdade de *forma* e de *conteúdo* na contemporaneidade. Como apontámos, essa liberdade que as obras têm de “apresentação” é restringida pelo mundo da arte¹⁷⁸. Ou seja, segundo o pensamento de Arthur C. Danto, as obras de arte, na contemporaneidade, deixaram de seguir uma *forma* específica que preside o seu fenómeno. A sua validação vai ser no âmbito do mundo da arte, entre os especialistas e estudiosos que possuem o conhecimento necessário para atribuir o selo de qualidade a certa ou determinada obra. Ao encaminharmos a nossa reflexão por este ponto, marcamos uma posição da nossa reflexão: estamos a ter em conta apenas as obras de arte e os artistas que desejam integrar o mundo da arte. Aquilo que temos vindo a abordar é válido para as obras de arte e artistas que procuram algum tipo de reconhecimento, dentro do mar imenso de

¹⁷⁸ O mundo da arte não é uma entidade una, mas a relação de múltiplos indivíduos e instituições. Os conceitos servem, pois, para refletir todo este processo; porém, a vida real e empírica vai para além de qualquer teoria ou tese.

possibilidades e graus de reconhecimento; isto é, não descartamos das definições de “arte” os solipsistas deste mundo fora, contudo, a sua posição no mundo da arte torna-os inalcançáveis, e é do nosso dever moral respeitar a sua vontade.

Se existe a impossibilidade de definir o que é a arte hodiernamente, visto que tudo pode ser arte, ou, melhor dizendo, a arte pode ser tudo e conquanto nem todas as obras existentes são abençoadas pelos “conhecedores”: quais os critérios que presidem o mundo da arte?

Em termos culturais, pode não ser totalmente verdade que a obra de arte tem um caráter de utilidade; porém, é a utilidade que faz a força do mercado da arte. No entanto, sublinhe-se que o mero fato de ser arte ou cultura e de haver pessoas que vivem em torno disso torna, de imediato, a obra numa coisa útil. Na possibilidade de sustento através de algo, entra-se no mercado.

Se partirmos do princípio que o solo comum a toda a obra de arte é ser feita pela “mão” do Homem, acrescentando, também, que é uma produção que, entre as várias determinações que a definem, visa ser o veículo para o sustento do seu produtor, iremos colidir com a definição de mercadoria. Percebemos também que essa mercadoria não é fonte de “sustento” apenas para o seu produtor, este funciona como o fornecedor do mundo da arte, aquele que dá à obra a sua utilidade primeira, na visão mais básica (e talvez mais complexa): ser arte.

Ao longo do seu percurso de vida, a obra perde a sua utilidade original, distanciando-se do Valor de Uso que o artista lhe deu; todavia, adquirindo outros valores numa dialética com o mundo e as várias entidades que a possuem. Para nós, o que define o Valor de Uso não é rigorosamente a mesma definição que, pontualmente, se costuma encontrar na bibliografia que aborda o tema. Este valor costuma ser encarado como sinónimo da qualidade - enquanto componente estética da obra de arte - distinguindo-se totalmente do Valor de Troca. Aqui, levámos à letra a identificação do Valor de Uso com a utilidade, podendo esta utilidade divergir consoante cada contexto. Assim, o colecionador A tem uma utilidade diferente do colecionador B, todavia, ambos têm em comum a utilidade do colecionismo. Esta utilidade tem que ver com a posição da *mercadoria obra de arte* na sociedade. Então, esse contexto fará divergir a utilidade e, por conseguinte, a potencialidade de troca associada. Visto que existe a possibilidade de haver quem tenha como desiderato apenas o Valor de Troca, esse valor aproxima-se do Valor de Uso. Isso acontece com quem

utiliza as obras de arte apenas para especulação financeira. A especulação financeira é um Valor de Uso com o Valor de Troca em vista.

Estes valores vão influenciar a posição do artista na sociedade, tanto os artistas já estabelecidos, como aqueles com pretensão de vingar. Recapitulemos, superficialmente, o raciocínio: o artista quer viver do que melhor faz e mais gosto lhe dá, da sua produção artística; para tal, tem de procurar validação no mundo da arte, e mercado da arte, para ter retorno financeiro; no entanto, quem o valida também vive das obras de arte (no geral); essa validação reflete os Valores de Uso e de Troca que a obra obtém; assim, o artista está dependente de terceiros para que possa viver da sua produção. Esses “terceiros” necessitam da obra do artista para o seu proveito financeiro, visto que também vivem da relação com as obras de arte. Porém, enquanto o artista produz porque faz aquilo que sabe sem lhe ser requerida a capacidade de venda, quem valida é que potencia a comercialização das obras do artista. Ou seja, estes que vivem da arte, que não são o artista, estão na posição de poder. Isto, numa sociedade capitalista, significa a preponderância dos critérios economicistas. Os Valores de Uso de quem valida irão sobrepor-se aos que procuram validação; quem valida são, essencialmente, aqueles que possibilitam a exposição: galeristas, marchands, curadores. Ora, para estes sobreviverem (através da arte), repetimos, precisam de vender as obras; na venda, entra o Valor de Troca. Conclusão, existe uma interseção entre ambos os valores para estes sujeitos. Assim, não depende apenas da qualidade que o artista dá à obra a sua exposição e mercantilização; a obra também tem de passar pelo crivo daqueles que selecionam as obras para vender ¹⁷⁹.

Assim, entrámos no primeiro ponto da liberdade artística: o Valor de Uso que o artista dá à obra não é suficiente para vingar, também é necessário adquirir um Valor de Troca.

¹⁷⁹ Note-se que este lugar da utilidade no contexto também abrange as questões – melindrosas - do género, da etnia, da religião. Pela complexidade destas questões, que exigem um espaço mais vasto, não as abordámos especificamente. Porém, entenda-se que estão subentendidas no que dissemos acerca da construção dos valores. O desenvolvimento do papel da mulher na sociedade veio conquistar e solidificar o seu lugar enquanto artistas. As obras de arte de raízes não-ocidentais ganham o seu nicho de mercado e os seus grandes valores financeiros pela sua diferença. São temas bastante complexos que exigiam capítulos ou livros inteiros para que conseguíssemos dissertar com precisão acerca deles. Contudo, reforce-se o que temos vindo a refletir: as obras de arte provenientes das “minorias” também ganham ou não o seu Valor de Uso e o seu Valor de Troca na relação que têm com o contexto; por conseguinte, a liberdade artística, dizendo respeito aos sujeitos em questão, será influenciada por esses valores.

Aqui, reside uma especificidade da nossa abordagem, a pertença a certo ou determinado género ou etnia influencia a liberdade artística contanto que é o Valor de Uso (e de troca adjacente) que é influenciado por essas idiossincrasias. Na sua complexidade una e múltipla a(s) sociedade(s) aceita(m) o que lhe(s) é útil.

Nesse processo, a coexistência de valores nem sempre é pacífica. Quando um artista procura financiamento para certa produção, entra numa possível relação de confronto entre o seu Valor de Uso (e/ou de troca) e o Valor de Uso (e/ou de troca) do financiador.

Abundantemente se ouve falar de liberdade, e liberdade aplicada a todas as áreas e serviços; no entanto, raramente, os dissertadores definem ou dizem o que querem dizer com *liberdade*. O conceito de liberdade na sociedade ocidental é tido como um dado adquirido, passível de ser refletido apenas aquando (supostamente e aparentemente) pontuais atentados a esse nosso querido bem. *Liberdade* não é um conceito fechado em si próprio. *Liberdade* não é “fazer aquilo que se quer”. Como definimos anteriormente, a liberdade é a condição de possibilidade de concretizar o pensado – se, em outras áreas, e na própria vida comum, esta noção poderá falhar o encaixe, no tema que aqui se aborda não se conseguiu melhor definição.

No processo da vida artística, e no seu desenvolvimento, positivo ou negativo, existe uma dialética entre o mundo e o artista. Essa relação dialética é o que se chama *liberdade*. Ou seja, as condições de possibilidade de o artista concretizar o que é pensado são influenciadas pelos critérios do restante mundo da arte. Esses critérios traduzem-se no Valor de Uso que é associado à obra do artista. Obviamente, esta relação é um processo em constante transformação. O artista transforma e é transformado pelo mundo em seu redor.

O Valor de Uso transforma-se ao longo dos tempos e dos avanços e recuos das práticas artísticas. A presença ou ausência de liberdade do artista vai ter efeitos na sua obra desde o momento em que começa a ser pensada. O desenvolvimento da obra será em função dessa liberdade; o resultado final, principalmente a sua forma, irá depender das condições de possibilidade de concretização. Tanto no momento de produção, como no momento de exposição, o artista está dependente de fatores externos que influenciam as suas capacidades de viver segundo a sua essência artística.

Porém, é no terceiro capítulo desta nossa reflexão que se evidencia melhor a influência da liberdade artística no mercado, por oposição à restante abordagem que foi conduzida pela influência do mercado na liberdade artística. Releva-se esta inversão na relação, com uma reflexão em torno da Street Art. Este género de arte, que se ramifica e multiplica, tem na sua natureza um espírito de irreverência e contestação. A arte urbana representa a relação claustrofóbica do artista com a cidade. Sair para a rua e pintar, colar autocolantes ou cartazes, manipular determinados elementos que resultam em instalações, etc., tem que ver com a própria evolução do mundo contemporâneo e do papel do artista na sociedade. Esta

conquista dos artistas urbanos levou a um alargamento do mundo da arte; assim, cada vez mais, eles encontram o seu lugar nas entidades tradicionais (galerias, museus, leilões, bienais, etc.) lado a lado de artistas convencionais, isto é, tornam-se eles próprios “artistas” sem a distinção “artistas urbanos”. A importância do culminar deste texto num capítulo sobre Street Art advém desse papel ativo e interventivo que estes artistas têm no mundo de hoje, fazendo das ruas as suas galerias e “forçando” a sua mensagem no olhar de todos. No entanto, nada no mundo hodierno está isento de ser absorvido pelo mercado, e de passar a ser deturpado pela comercialização. Fora do seu contexto original a arte urbana perde a sua aura.

É verdade que no mundo da arte atual o artista necessita do mercado para subsistir e desenvolver a sua obra. Todavia, não é com aceitação cega das “regras do jogo” que se transforma a realidade. Apesar de ser mais fácil falar ou escrever do que fazer, cabe àqueles que almejam um mundo melhor combaterem os critérios economicistas, elitistas, totalitaristas que comandam o mundo da arte e da cultura em geral. Mesmo que se veja a necessidade da existência de um mercado, pois é difícil numa sociedade capitalista subsistir sem essa componente, que os critérios que presidem à prática mercantilista não sejam segundo uma vontade de lucro desenfreada. Que se preze a qualidade das obras!

Quando se fala em qualidade, não se está a querer definir nenhum padrão, nenhum estilo, tendência ou movimento como pedra de toque. A qualidade são as várias determinações (boas ou más) que a obra de arte possui. Defender a qualidade da obra é centrar o estudo e reflexão em torno dessas determinações e não nos critérios desviantes da natureza da obra. Por sua vez, como referimos logo de início, a essência da arte é de difícil prospeção, pelo caráter plural da contemporaneidade. Contudo, mesmo que, em contextos diferentes, os critérios de qualidade variem, urge que se aja em função da relação da obra com a realidade (isto é, fugir a critérios abstratos de atribuição de valores); ou seja, tanto na arte abstrata, como no realismo, expressionismo, surrealismo, e uns quantos mais “ismos”, na videoarte, na performance, na street art, que se tenha uma atitude de reflexão e procura pelo fundamento, tanto no ato produtivo do artista, como na capacidade de agente promotor ou vendedor quando opta por tal ou tal obra.

Quando mencionámos o conceito de *ontologia*, não quisemos afirmar que a obra de arte tem de obrigatoriamente por a descoberto o “ser”. Ora, a atitude ontológica é aquela do “autor”, por oposição à arte comercial. O autor é aquele que trás à obra a sua visão, o seu cunho pessoal (que não se identifica completamente com o conceito de subjetividade), em

prol e através de valores culturais. A arte comercial é aquela que fala para as massas – esta oposição é clara no cinema. A natureza comercial faz com que não se passe da “imediatez”, para que, dessa forma, chegue a mais gente possível; a obra de arte comercial só é competente quando diluída, para fácil ingestão. Esta “comercialidade”, dizendo respeito à arte contemporânea, traduz-se na atitude de seguir as tendências. A visão do artista enquanto “autor” é a única que é capaz de chegar aos problemas com profundidade, não por fazer parte de uma qualquer elite ou ter sido alvo de uma lufada de ar divino, mas porque existe uma procura de significado. Essa pesquisa traduz-se nas formas e conteúdos produzidos. Este processo é intrincado, porque o fito é ele próprio complexo. Cabe aos restantes agentes do mundo da arte tentarem acompanhar o artista na sua procura. O objetivo deve ser chegar a este sentido original para, nas suas competências (críticas, filosóficas, historiadoras, etc.), transmitirem estes significados e estas procuras; assim se progride culturalmente através das gerações, através das mensagens bem passadas. Ou seja, o mundo da arte deve funcionar numa sinergia com o escopo de elevação da cultura. O que vai de encontro aos critérios economicistas, estes apenas atrasam o desenvolvimento.

Se sob os privados não temos grande controlo, que se façam esforços na esfera pública para que cada vez mais se promovam os valores artísticos que representam uma mais valia para a sociedade e não apenas para os interesses económicos. Se o sector cultural for ganhando algumas batalhas nas entidades públicas, é possível que nos privados se sigam os exemplos e se consiga também alargar o lugar cultural – não obstante, o privado também depende do público.

Mas o que é então a cultura? A cultura de um povo é o conjunto de determinações que o definem; características essas que são históricas, em constante transformação – negação, afirmação e elevação - são os traços que o definem a “fundo perdido”. Logo, lutar pela qualidade artística é lutar por uma cultura, na sua condição de possibilidade de ser aquilo que lhe é natural, de ser livre. Só um povo sem grilhões poderá evoluir e mostrar as suas verdadeiras capacidades.

Relembre-se o caro leitor que o texto que tem vindo a ler tem sido na perspetiva do mercado. Para além de todas estas dificuldades e determinações da arte e do artista existem aquelas mais abstratas. Também a criatividade e imaginação restringem o artista na sua produção. A produção artística não assume este carácter rígido que, neste ponto de vista, muitas vezes, lhe atribuímos. Concretizar uma obra de arte tem o seu lado poético, algo que só é percebido no ato da criação, algo de inexplicável – porém, real e humano. Criar algo

varia, de certa forma, entre o analgésico e o estimulante, terapêutico e devastador; contudo, é algo de genuíno, de sincero, é um pedaço do artista exposto, despido, desvelado. E esse é o ponto fulcral da existência do artista enquanto produtor de mercadorias. É esse lado poético que é castrado. É nesse espírito livre que são postos os grilhões em forma de cifrões. Contudo, é esse “romantismo” que faz com que as adversidades se transformem em combustível para a criação. É esse desejo de liberdade que faz ter força para combater o que a restringe.

Não, num sentido lato não existe liberdade artística. Por um lado, a liberdade artística é um luxo de uma minoria de artistas no topo da hierarquia do mundo da arte; estes são aqueles que têm os meios financeiros para pensar e concretizar projetos megalómanos; todavia, mesmo estes artistas conceituados têm de ir ao encontro de determinadas expectativas. Por outro lado, o artista não-conceituado não tem como concretizar tudo o que pensa, restando-lhe a tentativa de “fazer muito com pouco”; porém, como ninguém o conhece, não deve nada a ninguém, podendo, dentro das possibilidades produzir o que quiser, à mercê de terceiros fica a exposição. Se para os primeiros, a genuinidade artística se desvanece na mercadoria num sentido positivo do ponto de vista do lucro; para os segundos, é a falta de meios para sobreviver que confrange e, na incapacidade a longo prazo de viver da atividade artística, esta acaba por desvanecer; em ambos os casos são os critérios economicistas que estrangulam os artistas.

No meio de todas as dificuldades, com afã e pesar, resta-nos seguir a charanga do mundo/mercado da arte e ir criando eventos que desafinem aquele elemento, ou outro, para que, um dia, o compasso que os rege seja outro.

BIBLIOGRAFIA

- Adorno, Theodor W. (2016), *Teoria Estética*, Lisboa, Edições 70;
- Arendt, Hannah (2001), *A Condição Humana*, Lisboa, Relógio d'Água;
- Aristóteles (2008), *Metafísica*, Madrid, Gredos;
- Banksy (2005), *Wall and Piece*, Londres, Century;
- Balzac, Honoré de (2010), *Pierre Grassou*, The Project Gutenberg eBook;
- Barata-Moura, José (2014), *Três Ensaios em Torno do Pensamento Político e Estético de Álvaro Cunhal*, Lisboa, Edições Avante;
- Becker, Howard S. (2010), *Mundos da Arte*, Lisboa, Livros Horizonte;
- Belting, Hans (2009), *The Global Art World. A critical estimate*, Ostfildern, Andrea Buddensieg;
- Benjamin, Walter (2012), “A Obra de Arte na Era da Sua Reprodutibilidade Técnica”, em Walter Benjamin, *Sobre Arte, Técnica, Linguagem e Política*, Lisboa, Relógio D'Água;
- Berger, John (1972), *Ways of Seeing*, Londres, Penguin Books;
- Blanc, Mafalda (1997), *Introdução à Ontologia*, Lisboa, Instituto Piaget;
- Bourriaud, Nicolas (2001), *Esthétique Relationnelle*, Paris, Les Presses du Réel;
- Bresson, Robert (2000), *Notas Sobre o Cinematógrafo*, Porto, Elementos Sudoeste;
- Caeiro, Mário (2014), *Arte na Cidade*, Lisboa, Círculo de Leitores;
- Catz, Jérôme (2014), *Talk About Street Art*, Paris, Flammarion;
- Cunhal, Álvaro (1996), *A Arte, o Artista e a Sociedade*, Lisboa, Editorial Caminho;
- Danto, Arthur C. (2014), *After the End of Art*, New Jersey, Princeton University Press;
- Danto, Arthur C. (1964), “The Artworld”, *The Journal of Philosophy*, Volume 61, Issue 19;
- Debord, Guy (2012), *A sociedade do espectáculo*, Lisboa, Antígona;
- Dickie, George (1989), “The New Institutional Theory of Art”, em AA.VV, *Aesthetics: a critical anthology*, New York, St. Martin's Press;
- Dogheria, Duccio (2015a), *Street Art Vol. 1. Da procura das raízes do Street Art aos anos 70*, Oeiras, Levoir;
- Dogheria, Duccio (2015b), *Street Art Vol. 2. Graffiti Stars Street Art: técnica e protagonistas*, Oeiras, Levoir;
- Dogheria, Duccio (2015c), *Street Art Vol. 3. Stencils e stickers*, Oeiras, Levoir;
- Dogheria, Duccio (2015d), *Street Art Vol. 4. Murais*, Oeiras, Levoir;
- Dogheria, Duccio (2015e), *Street Art Vol. 5. Posters: arte urbana para além do muro*, Oeiras, Levoir;
- Dubois, Claude-Gilbert (2001), *Le bel aujourd'hui de la Renaissance – Que reste-t-il du XVI^e siècle*, Paris, Seuil;

- Eugénio, Sara (2013), *A Arte Urbana no Século XXI – A Relação com o Mercado da Arte*, Dissertação de Mestrado em Gestão Cultural, Lisboa, ISCTE;
- Gerlis, Melanie (2016), “Founder of price transparency app hits back at critics”, *The Art Newspaper Section 2*, nº 282;
- Gerlis, Melanie (2016), “The art market comes to a mobile near you”, *The Art Newspaper Section 2*, nº 282;
- Gombrich, E.H. (2005), *A História da Arte*, Lisboa, Público;
- Gramsci, Antonio (1999), *Selections From the Prison Notebooks*, London, ElectBook;
- Habrekorn, Daniel (2002), *Les Splendeurs du Progrès*, Paris, Éditions de la Différence;
- Hadjinicolaou, Nicos (1973), *A História da Arte e os Movimentos Sociais*, Lisboa, Edições 70;
- Heidegger, Martin (2009), *Ser y Tiempo*, Madrid, Editorial Trotta;
- Heidegger, Martin (2012), “A Origem da Obra de Arte”, em Martin Heidegger, *Caminhos de Floresta*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian,
- Heinich, Nathalie (2014), *Le paradigme de l’art contemporain. Structures d’une révolution artistique*, Paris, Éditions Gallimard;
- Hobsbawm, Eric (2014), *A Era dos Extremos. A História do Século XX (1914-1991)*, Lisboa, Editorial Presença;
- Lachmann, Richard (1988), “Graffiti as Career and Ideology”, *The American Journal of Sociology*, Volume 94, No. 2;
- Lifshitz, Mikhail (1976), *The Philosophy of Art of Karl Marx*, London, Pluto Press;
- Lukács, Georg (1977), *Materiales Sobre el Realismo*, Barcelona-Buenos Aires-Mexico, Ediciones Gijalbo S. A.;
- Marx, Karl (1990), *O Capital, Tomo I*, Lisboa, Edições Avante;
- Marx, Karl e Friedrich Engels (1982), “Feuerbach. Oposição das Concepções Materialista e Idealista (Capítulo primeiro da Ideologia Alemã)”, em J. Barata-Moura, E. Chitas, F. Melo e A. Pina (Orgs.), *Obras Escolhidas em 3 Tomos, 1º tomo*, Lisboa, Edições Avante;
- Melo, Alexandre (2012), *Sistema da Arte Contemporânea*, Lisboa, Documenta;
- Melo, Alexandre (2016), *Arte e Poder na Era Global*, Lisboa, Documenta;
- Moulin, Raymonde (1968), “Vivre Sans Vendre”, em Raymonde Moulin, *De La Valeur de L’Art*, Paris, Flammarion;
- Moulin, Raymonde (1997), *L’artiste, l’institution et le marche*, Paris, Flammarion;
- Moulin, Raymonde (2009), *Le marché de l’art, Mondialisation et nouvelles technologies*, Paris, Flammarion;
- Moureau, Nathalie e Dominique Sagot-Duvaurox (2010), *Le marché de l’art contemporain*, Paris, Éditions La Découverte;
- Poli, Francesco (2011), *Il sistema dell’arte contemporanea*, Bari, Editori Laterza;

Pujas, Sophie (2015), *Street Art, poésie urbaine*, Paris, Tana Éditions;

Queirós, Eça de (2007), *Os Maias*, Cruz Quebrada, Oficina do Livro;

Ribeiro, António P. (2011), *Questões Permanentes*, Lisboa, Cotovia;

Rosenblum, Barbara (1986), “Artists, Alienation and the Market”, em AA.VV, *Sociologie de l’art*, Paris, La Documentation Française;

Schmitt, Jean-Marie e Antonia Dubrulle (2014), *Le marche de l’art*, Paris, La Documentation Française;

Serrão, Vítor (2001), *A cripto-história da arte. Análise de obras de arte inexistentes*, Lisboa, Livros Horizonte;

Serrão, Vítor (2016), “A produção artística e a história da arte face à globalização. Conceito, criação e fruição das artes no início do século XXI”, em D. Ramada Curto (org.), *Estudos Sobre a Globalização*, Lisboa, Edições 70;

Silva, Agostinho da (1999), *Textos e Ensaios Filosóficos I*, Lisboa, Âncora Editora;

Stallabrass, Julian (2004), *Art Incorporated*, New York, Oxford University Press;

AA. VV. (2016), *TEFAF Art Market Report 2016*, Helvoirt, TEFAF;

Thornton, Sarah (2010), *Sete Dias no Mundo da Arte*, Lisboa, Arcádia;

Tolstói, Lev (2012), *Guerra e Paz* (Livro III), Lisboa, Editorial Presença;

Warburton, Nigel (2007), *O Que É a Arte?*, Lisboa, Bizâncio.

Artigos da Internet:

Atayde, André (2013), “Banksy vende a 50 euros quadros que valem milhares”, Expresso, (Online), 14 de outubro.

Disponível em: <http://expresso.sapo.pt/cultura/banksy-vende-a-50-euros-quadros-que-valem-milhares=f835583>;

Greffe, Xavier (2012), “L’artiste est devenu son propre entrepreneur”, La Croix, (Online), 24 de maio.

Disponível em: <http://www.la-croix.com/Debats/L-artiste-est-devenu-son-propre-entrepreneur-2012-05-24-810270>;

Maric, Bojan, “Banksy and Art Market – Street Art Potential Within the Market”, Widewalls, (Online), 24 de Julho.

Disponível em: <http://www.widewalls.ch/feature-article-banksy-a-relentless-market/>;

LUSA (2015), “Galeria de Arte Urbana leva «Street Art» a bairros municipais”, P3, (Online), 19 de fevereiro.

Disponível em: <http://p3.publico.pt/cultura/exposicoes/15732/galeria-de-arte-urbana-leva-quotstreet-artquot-bairros-municipais>.

Tejaratchi, Sean (2012), “Taking the Piss”, Reading Frenzy, (Online), 10 de março.

Disponível em: http://www.readingfrenzy.com/ledger/2012/03/taking_the_piss;

Monteiro, Maria João (2017), “Christo cancela instalação porque não quer Trump como senhorio”, Público, (Online), 19 de Junho.

Disponível em: <https://www.publico.pt/2017/01/26/culturaipilon/noticia/christo-cancela-instalacao-porque-nao-quer-trump-como-senhorio-1759802>;

Kennedy, Randy (2017), “Christo, Trump and the Art World’s Biggest Protest Yet”, The New York Times, (Online), 19 de Junho.

Disponível em: https://www.nytimes.com/2017/01/25/arts/design/christo-protest-donald-trump-colorado-artwork.html?_r=0.

ANEXO

Breves perguntas a artistas urbanos (streetartists)

Questões a João Maurício (VIOLANT):

Quais são as maiores dificuldades com que te deparas para executar as tuas obras?

Para mim, dos maiores problemas que tenho, é que aceitem projectos. As pessoas não querem saber se tens uma linha, ideais ou ideias próprias. Tendem a considerar-me um trolha ou obreiro, acham que todo o trabalho foi pedido e encomendado, então pedem-me coisas que não têm nada a ver comigo. E ao defender a minha autoria e aquilo que quero fazer consideram-me insolente.

A street art, representa para ti uma brisa de liberdade? Se sim, em que medida? E para o mundo da arte em geral, o que achas?

Pessoalmente adoro o ar-livre, as viagens, a mistura entre concentração e fisicalidade que é preciso para estas coisas. Há muitas coisas boas que advêm de pintar paredes e nesse sentido é libertador. Mas quando se lida com público, e entra em jogo a questão temática, aí é quase o oposto.

A tendência é a street art ser institucionalizada e com isso torna-se subserviente.

Questões a Miguel Januário (MAISMENOS):

Quais são as maiores dificuldades com que te deparas para executar as tuas obras?

Varia muito. Pode ser na concepção da ideia, como na sua execução. Por vezes as ideias surgem muito rapidamente e quase como intuitivas, por vezes nem por isso e é preciso decifrar a melhor resposta para um problema. No que toca à execução, o leque já é mais

alargado - muitas vezes é conseguir contornar a falta de fundos, questões de produção, de pessoal, mas que a meu ver sempre foi um bom desafio - fazer muito com pouco.

A street art, representa para ti uma brisa de liberdade? Se sim, em que medida? E para o mundo da arte em geral, o que achas?

A street art já representou mais uma brisa de liberdade. Hoje está engolida pelo sistema, faz parte do espectáculo. Digamos que está domesticada. Acontece com tudo o que é contra-sistema: eventualmente é aglutinado e torna-se parte do sistema.

Para o mundo da arte em geral (ou pelo menos para uma certa parte) sinto que existe uma certa dificuldade em aceitar a street art como parte do 'mundo da arte', apesar de, invariavelmente, já fazer.

Questões a MARIA IMAGIÁRIO:

Quais são as maiores dificuldades com que te deparas para executar as tuas obras?

Não encontro nenhuma dificuldade em executar as minhas obras.

A street art, representa para ti uma brisa de liberdade? Se sim, em que medida? E para o mundo da arte em geral, o que achas?

Eu não me relaciono muito com a streetart, quando pintava na rua, nunca achei que fosse uma brisa de liberdade nem vejo as coisas dessa forma, era simplesmente algo que eu gostava de fazer e como qualquer trabalho que faço tinha o propósito de comunicar.

Questões a Teresa Costa Gomes (MURTA):

Quais são as maiores dificuldades com que te deparas para executar as tuas obras?

Bem, em relação a arte urbana posso dizer que a parte mais "difícil" não é o executar. Acho que o pensar no que fazer naquele "sítio específico", contextualizar, e trabalhar o espaço, e não só a parede, é o mais "difícil". No atelier, passa-se o mesmo, o mais "difícil" não é o executar, mas sim tomar as primeiras decisões. A partir daí tudo flui tranquilamente, com ou sem obstáculos/erros/expectativas ou desilusões etc, pois nessa altura já há um conforto de "já ter começado". Também é difícil absorver os resultados, é algo que leva tempo, reflexão e afastamento. Gostando ou não gostando do que vou criando, preciso de um " espaço de tempo " considerável para, tanto perceber o que tudo tem em comum, como para saber o que sinto pela determinada "coisa"/"objecto"/"imagem".

A street art, representa para ti uma brisa de liberdade? Se sim, em que medida? E para o mundo da arte em geral, o que achas?

Sobre a street art, penso que é um "lugar" com potencial, onde muitos artistas se sentem, uns mais, outros menos, confortáveis. É um desafio para uns, e uma "praia" para outros. No entanto acho que cada artista, que pinta/intervém num espaço público, tem os seus próprios motivos/dificuldades e interesses. Se é uma brisa de liberdade para o mundo da arte...não acho, por enquanto, acho que é uma porta a abrir para a arte noutros mediums e formatos, bem como públicos, mas ainda assim acho que ainda esta muito verde, pelo menos em Portugal, 90% é pintura mural. Ou não há mais artistas interessados a intervir no espaço público noutros suportes ou então há pouco apoio/condições etc.

CURRICULUM VITAE

JÚLIO FRANCISCO RIBEIRO DA COSTA

Morada: Rua das Casas Altas, nº 24; 2350-434 Torres Novas - Portugal

Data de nascimento: 20.04.1989

Nacionalidade: Portuguesa

Tel.: +351969780557 | E-mail: juliofrcosta@gmail.com

FORMAÇÃO:

- **ISCTE**
- 2014 – 2017 (esperado) Mestrado em Mercados da Arte;
- **UNIVERSIDADE DE LISBOA, FACULDADE DE LETRAS**
- 2013 – 2014 Mestrado em Filosofia (não concluído);
- **UNIVERSIDADE DE LISBOA, FACULDADE DE LETRAS**
- 2010 – 2013 Licenciatura em Filosofia;
- **UNIVERSIDADE TÉCNICA DE LISBOA, INSTITUTO SUPERIOR TÉCNICO**
- 2007 – 2009 (Frequentou dois anos do curso de Engenharia Electrotécnica e de Computadores).

LÍNGUAS:

- Português: Língua materna;
- Inglês: Fluente na compreensão oral e escrita, boa capacidade de redacção de textos e de manter uma conversa fluida;
- Espanhol (Iniciado, boa compreensão de textos);
- Francês (Iniciado, compreensão mediana de textos);
- Alemão (Frequência de um semestre nível A1 em FLUL, algumas noções da língua).

OUTROS:

- Participação na exposição colectiva de inauguração da Galeria Germinal, Lisboa, 2016.
- Participação na 7ª exposição da Shair, em Galeria Emergentes dst, Braga, 2015;

- Participação na 6ª exposição da Shair, em Galeria Emergentes dst, Braga, 2014;
- Exposição individual de desenho e pintura “Manjar do Tirano”, em Duas de Letra, Porto, 2014;
- Orador no colóquio de filosofia (Florilégio Medieval) em março de 2014;
- Dissertação de licenciatura orientada pelo Prof. Doutor. José Barata-Moura com a nota de 17 valores;
- Conhecimento alargado a nível cinematográfico;
- Desenvolvimento de um projecto Coopjovem da CASES com o intuito de fazer um parque de campismo rural e espaço para actividades culturais e lúdicas na região de Ourém;
- Membro do conselho de escola da FLUL no semestre de 2013 – 2014;
- Participação com desenhos em exposição conjunta na Fábrica do Braço de Prata, Junho de 2013;
- Organização de ciclos de cinema e de exposições por parte do núcleo de filosofia da FLUL;
- Membro da Associação de Estudantes da Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, 2011 – 2012;
- Vice-presidente da Associação de Estudantes da Escola Básica e Secundária Artur Gonçalves, 2005 – 2006.