RESUMO: Neste artigo o autor busca analisar o distanciamento existente entre criadores e consumidores, atribuindo a estes últimos uma acepção mais ampla que a de aquisitores. Registra o reconhecimento por parte de especialistas do isolamento atual do campo do conhecimento artístico e traça um paralelo entre as práticas do período de apogeu mercadológico da arte durante a década de 80 na Europa e Estados Unidos e seus efeitos no Brasil. Por fim, esboça uma das possíveis causas a este distanciamento e propõe uma ação coletiva de ruptura com as aporias vanguardistas já transformadas em tradição, acompanhada de uma ação educativa, como forma de recuperação dos canais de comunicação entre criadores e consumidores.

PALAVRAS-CHAVE: Sociologia da arte. Arte-educação.

A criação plástica brasileira, de igual forma que o conjunto da cultura ocidental, naturalmente tem como um dos pontos referenciais, o sistema de arte desenvolvido no eixo do mercado europeu e norte-americano.

Este sistema, enquanto que reflexo cultural do desenvolvimento político e econômico do ocidente, apresenta-se como uma membrana, cuja flexibilidade, permite a absorção da criação artística de forma independente às contradições ideológicas que possam implicar a comercialização de determinadas propostas artísticas. De fato, a vitalidade

ANTONIO
VARGAS

A ruptura contemporânea com as aporias vanguardistas na construção de um novo paradigma estético-social

deste sistema provém da própria contradição que produz a sua existência autônoma como instrumento regulador entre a necessidade de comunicação e a de posseção, uma vez que ambas se satisfazem no mesmo espaço com independência uma da outra.

Um questionamento no que se refere a atualidade da reflexão sobre a relação entre arte e sociedade, poderia parecer portanto perda de tempo, uma vez que na organização social, política e econômica vigente, a existência do mercado como instrumento regulador testemunha - nos canais de comunicação - a independência das relações e das práticas entre os criadores e a sociedade. No entanto, a reflexão segue sendo atual justamente porque, a independência por razões econômicas e culturais no nosso país - de forma muito mais acentuada que na Europa e Estados Unidos -, reflete hoje um distanciamento crescente daquelas obras que "institucionalmente" se considera como "o melhor da criação brasileira" e o conjunto não apenas majoritário da sociedade, mas também de uma parcela menor, mas significativa, que ainda conserva a duras penas um poder aquisitivo que permite o "luxuoso" prazer da aquisição artística.

A construção de um novo paradigma estético-social exige colocar em discussão, a independência das relações entre criadores e consumidores - apesar desta ser um resultado desejado pelos primeiros e, construído em um longo

processo histórico - porque a situação sócioeconômica do país dificulta o desenvolvimento da expressão artística, já que reduz ainda mais o consumo de uma arte que, tradicionalmente no Brasil, sempre foi pequeno.

Para uma análise adequada do problema seria conveniente um recorrido histórico que estabeleça as diferenças e semelhanças existentes entre a realidade brasileira e a dos países de cujo sistema artístico são extraídos os referenciais,

A construção de um novo paradigma estético-social exige colocar em discussão, a independência das relações entre criadores e consumidores...

buscando dentro do possível determinar que modelos são absorvidos em outros campos e práticas sociais. Pode-se, no entanto, de forma sintética abordar alguns pontos que ajudam na reflexão e análise do problema.

Adelina von Fürstenberg, diretora do prestigioso *Magasin* em Grenoble, em uma reflexão sobre a vanguarda artística afirma que apesar da arte hoje atravessar um momento de grande popularidade, com um número massivo de público em exposições, como a Van Gogh e Matisse, assim como pelo constante acompanhamento da mídia das restaurações realizadas em obras de grandes artistas da história, como por exemplo Miguel Angelo ou Masaccio, há no circuito da arte um incômodo mal estar e constata: "Sabemos que a arte moderna se tornou, cada vez mais, um assunto de especialistas: o artista busca a aprovação do sistema mais que a do público, deslocando seus peões sobre um tabuleiro cujas

regras não são conhecidas em sua totalidade senão pelo esperto que seguiu o jogo. Existem artistas vivos que, havendo alcançado um certo renome, permanecem em geral desconhecidos para a maioria, enquanto que suas obras parecem escuras e incompreensíveis inclusive para os intelectuais, que confessam com frequência seu defeituoso conhecimento. Isto para não falar dos artistas jovens..." (FURSTENBERG, 1992).

Confirma-se assim que este momento de grande popularidade do qual fala a prestigiosa diretora, na verdade é o de uma expressão artística não contemporânea e restringe-se mais ao espaço europeu e norte-americano não havendo correspondência em nosso país. Assim mesmo, esta popularidade da arte, haveria de ser melhor conceituada uma vez que em grande parte deve-se a um grandioso investimento publicitário por parte dos responsáveis dos espaços públicos e privados no qual as exposições se realizam. Como exemplo, poderia-se citar a *Exposição Retrospectiva de Velazquez* no Museo del Prado em Madrid, que provocou imensas filas compostas, em sua maioria, por espanhóis, para ver um acervo do qual aproximadamente 90% das obras apresentadas fazem parte do conjunto exposto permanentemente no museu, durante todo o ano.

Também é conveniente chamar a atenção, para o mecanismo estritamente econômico do sistema de arte europeu e norte-americano como fator de influência na popularidade artística. Uma análise mais detalhada das práticas de consumo na última década deixam a descoberto que as motivações ocorrem mais a

estímulos de ordem econômica que estética.

A década de 80 foi para este sistema um período generoso no que se refere a benefícios econômicos, no entanto o que para muitos era apenas o início de uma nova época de contos de fadas, ao final de 89 apresentava sintomas que no início da década de 90 confirmariam ser "o outro final" não contado nos livros infantis. O leilão da coleção de Jonh T. Dorrance, realizado na Sotheby's de New York em 18 de outubro de 1989, foi o primeiro presságio da tempestade que viria, refletindo no martelo as caídas das Bolsas de valores de New York, ocorrida no dia 13, e de Paris no dia 15 do mesmo mês. Seguiram-se os desastrosos resultados nos leilões da Christie's de New York de 14 de novembro, da Sotheby's de 14 de maio de 1990, onde 86% dos quadros de impressionistas e modernos não encontraram compradores. O mercado parecia disposto a reagir, mas neste mesmo mês de maio, bateram recordes de preços apenas obras de Van Gogh, Renoir e Picasso, deixando um claro aviso que os preços, que até então vinham sendo mantidos, não poderiam sustentar-se por muito tempo. As razões para a crise eram claras. Por um lado anunciava-se a Guerra do Golfo que somava-se a crise no mercado imobiliário dos Estados Unidos e do Japão. Por outro, o reflexo no mercado financeiro internacional, da crise econômica norte-americana. Durante os governos Reagan-Bush, os Estados Unidos acumularam um grande déficit interno, utilizando parte do seu orçamento no pagamento de altos juros e apoio a uma classe "acaudalada" mas inativa, inchan-

do artificialmente a especulação na Bolsa, no mercado imobiliário e no mercado de arte. Neste último, como na Bolsa e no Imobiliário, o inchaço, produzido também pela lavagem de dinheiro, contou com a própria colaboração interna, como a da Sotheby's que "emprestou" o dinheiro ao milionário Alan Bond para que pudesse adquirir os "Lírios" de Van Gogh. A impossibilidade de uma manutenção destas práticas governamentais, somadas a insegurança de uma nova crise energética alcançaram em cheio também ao mercado de arte que no ano de 1991, segundo os balanços conjuntos da Christie's, Sotheby's e Drouot, apresentou um movimento 75% inferior ao ano de 1990 no campo da pintura moderna e contemporânea. O panorama das casas de leilões reflete naturalmente o movimento dos circuitos de galerias. (PAZ, 1992).

A movimentação ocorrida na década de 80, com seu sempre impressionante aparato mediático, teve naturalmente seus reflexos no mercado de arte brasileiro, tanto no que se refere a aspectos positivos como negativos, tudo isto claro, dentro de proporções muito diferentes. Também aqui produziu-se um crescimento das vendas no mercado, um inchaço nos preços de artistas e como era de esperar após a crise, a queda das vendas, dos preços e a desestabilização de um grande número de artistas jovens. Estes, por desconhecimento do mecanismo de funcionamento do mercado, não souberam administrar suas linguagens artísticas durante o apogeu do consumo e conseqüentemente, não compreenderam posteriormente a redução de

suas vendas, truncando assim o seu desenvolvimento artístico uma vez que, projetaram no plano pessoal, o que deveria ter sido uma análise conjuntural.

A crise do consumo de arte é parte integrante normal do sistema de arte ocidental, por seu próprio mecanismo de seleção, comercialização e conservação. Neste, como em todo sistema cuja base de referência seja a de uma economia de livre mercado, a crise atua como um elemento regulador, que "expele" o excesso e "retém" o essencial. Naturalmente, que durante o período de excesso, o sistema enquanto um todo se beneficia até um ponto de saturação no qual a garantia de sua continuidade é dada por um "refluxo seletivo" que se expressa na redução do consumo, para posteriormente recuperar gradativamente sua prática de aquisições.

O sistema de arte europeu e norte-americano após a crise, pelos benefícios acumulados durante a década de 80, assim como os artistas pela própria realidade sócioeconômica destes países, enfrentam a crise com bastante tranquilidade se comparada com a realidade brasileira. Possuem recursos próprios suficientes, e apoio governamental, para manter uma política de investimento publicitário assim como, uma prática museística de grandes exposições.

As instituições públicas e privadas no nosso país, bem seja pela pobreza dos acervos ou dos recursos econômicos estão inviabilizadas de uma prática semelhante de promoção, por outro lado isto não justifica o distanciamento da sociedade dos espaços de veiculação artística. A realidade sócioeconômica do país é um fator determinante do distan-

ciamento da sociedade dos espaços artísticos, mas esta realidade por si só não justifica o atual panorama. O artista tem sua parte de responsabilidade e já é hora de, com maturidade, assumi-la.

A crise na arte da qual estamos falando, e em particular, no consumo de arte, refere-se naturalmente a uma produção artística que circula em um mercado que mantém estreita sintonia com as práticas artísticas do sistema europeu e norte-americano. É certo que as linguagens veiculadas nestes espaços nacionais, possuem semelhanças com as do circuito internacional, assim como é certo, que estas apresentam-se muitas vezes como linguagens herméticas, de difícil acesso para a compreensão da maioria da sociedade, principalmente em um país com um índice de analfabetismo e uma fenda social como o nosso. No entanto, no chamado "circuito alternativo" composto de feiras, bares e outros espaços públicos, consome-se cotidianamente uma vasta produção artística que inclui uma grande quantidade de obras que na verdade são "sub-releituras" de obras que circulam nos aspectos elitistas do sistema de arte, percebidas através da imprensa e da mídia em geral. Tratam-se de sub-releituras, porque os autores carecendo da informação necessária para a compreensão da proposta contida na linguagem artística percebem apenas os aspectos estéticos exteriores da obra, recriando-os através de uma leitura simplificada e adaptada a suas condições econômicas, com frequência sem uma consciência do conteúdo. Como por sua vez, o público freqüentador, também carece da mesma informação e está sujeito a ação dos

mesmos veículos mediáticos, o consumo se dá através de uma relação que mais expressa a precariedade das relações entre o artista e a sociedade e, da sociedade com ela mesma através das diferenças sociais, que propriamente uma relação de identificação estética e simbólica do observador com a obra. Ainda que uma relação semelhante aconteça no sistema da arte, no que se refere ao consumidor que também, muitas vezes não possui uma qualificada e específica bagagem artística e cultural, a sub-releitura ocorre muito menos pois, além de uma formação específica do artista, a ação mediadora do marchand e da crítica especializada - quando qualificada - faz a seleção e a exigência com relação a coerência da linguagem artística. Práticas superficiais ocorrem naturalmente, mas o próprio mercado busca denunciá-las uma vez que estas não beneficiam sua credibilidade. A que deve pois o distanciamento da sociedade dos espaços artísticos onde se apresenta o "melhor da arte brasileira", se esta verdadeiramente possui qualidade?

A resposta sem dúvida é complexa, mas uma das causas com certeza deve-se, não a adoção de uma linguagem artística referencial exterior a nossa cultura (pois o problema do distanciamento também existe na Europa e nos Estados Unidos e a adoção de linguagens artísticas exteriores é algo natural e corriqueiro na história da arte) mas talvez a adoção de um referencial de comportamento pessoal-artístico que é incompatível com a necessidade cultural da sociedade.

Donald Kuspit, historiador e ensaísta norte-americano, em um crítico

texto sobre as vanguardas titulado *O artista suficientemente bom: mais além do artista de vanguarda* afirma que "(...) o artista de vanguarda busca o êxito mais do que reconhece abertamente. Ou seja, quer ser aceito pelo sistema que rechaça, o que implica que não suporta sua própria insegurança, a insegurança de ser vanguardista. Em sua arrogância interna o artista de vanguarda quer que sua arte transgressora se converta em oficial e consagrada. Suas inovações subversivas, símbolos de valores alternativos, terminam servindo ao seu desejo narcisista de êxito. Se poderia inclusive dizer que, o vanguardismo é a via indireta para alcançar o êxito que adota necessariamente um narcisista patológico. Isto não significa menosprezar as conquistas genuinamente artísticas e teóricas da vanguarda no seu apogeu, senão simplesmente colocar em destaque seu lado escuro. Um lado escuro que se converteu hoje em sua principal substância; ou seja, que o que foi um dia um reprimido desejo infantil de êxito, no que implica o uso da própria autenticidade para triunfar, se converteu num prioritário desejo adulto de êxito, conduzindo o artista a perder de vista, inclusive a eliminar, a diferença entre o autêntico e o não autêntico." (KUSPIT, 1992). A partir desta posição, D. Kuspit tece a argumentação que o artista "suficientemente bom", muito além das preocupações egoístas com seu êxito no mercado, aceita o fato que sempre, em

"Em sua arrogância interna o artista de vanguarda quer que sua arte transgressora se converta em oficial e consagrada."

certo sentido, fará parte da sociedade, sendo que esta aceitação, longe de impedir-lhe um posicionamento crítico, justamente possibilita-lhe uma relação especial com a sociedade.

O que se afirma com isto, é que o problema do distanciamento da sociedade dos espaços "oficiais" no qual se encontra a "boa arte brasileira", deve-se não necessariamente a uma ausência de identificação com as linguagens veiculadas nestes espaços, mas a uma não identificação com o comportamento do artista ali representado, pois este, em sua preocupação obcecada pelo êxito, encontra-se distanciado da sociedade. A redução crescente do poder aquisitivo naturalmente tem seu reflexo no consumo da arte, e aumenta ainda mais a preocupação do artista por conservar o espaço já conquistado, impulsionando-o muitas vezes a um comportamento pouco ético. Soma-se a isto, o crescimento das diferenças sociais e baixo nível de educação e informação de boa qualidade para a maioria da população do país, e temos como resultado que a crise que nos países da Europa e nos Estados Unidos é "preocupante ainda que suportável", no Brasil é "insuportavelmente preocupante" já que não apresenta uma perspectiva alentadora para o futuro.

O problema do distanciamento não está no hermetismo das linguagens artísticas, mas sim na ausência de um acompanhamento maior, por uma parte também maior da sociedade, do

desenvolvimento das manifestações expressivas de seus artistas, e nisso o artista tem uma grande responsabilidade. Se a representação política do país, não possui uma verdadeira preocupação em proporcionar uma organização social mais justa e equilibrada, o artista deveria no mínimo, assumir a responsabilidade do processo de educação artística desta sociedade. A participação do artista no processo de educação não apenas infantil, mas sobretudo do adulto, longe dos comportamentos pedagógicos conservadores que impõem modelos e práticas, proporcionaria um estímulo do fazer artístico e da sua apreciação. Neste caso, é o conceito de consumidor que deve ser ampliado, ultrapassando o simples modelo de aquisição para apreciação.

De forma insistente, e a longo tempo, venho afirmando que o distanciamento cultural entre a criação plástica "institucionalmente reconhecida" e a sociedade brasileira é o maior e mais grave problema para o desenvolvimento das artes plásticas no país, pois pode conduzir ao completo desmantelamento do sistema de arte.

Uma solução definitiva passa evidentemente, por uma transformação conjuntural da organização sóciopolítica e econômica do país. No entanto, não podemos permanecer impassíveis diante da situação, esperando que as mudanças ocorram em seu curso natural, pois a decomposição do tecido social não permite uma solução a curto prazo. É preciso assumir com veemência nossa parte de responsabilidade pela educação artística. Uma aproximação social,

através do ensino artístico não apenas nos tradicionais centros de educação e, uma prática não unilateral de formação de um gosto estético determinado, são possíveis alternativas que deveriam transformar-se em compromisso profissional da cada artista.

Trata-se de uma recuperação lenta dos canais de comunicação existente entre artistas e consumidores. Porém, a partir de um conceito de consumidor ampliado muito além do ato de aquisição. Entendendo-se por consumo a satisfação da necessidade de identificação simbólica, ou em outras palavras, o desfrute do prazer estético tão necessário para o desenvolvimento equilibrado do ser humano e da sociedade.

Utilizando a expressão de Donald Kuspit, poderia-se afirmar, que o "artista suficientemente bom", longe de um comprometimento com os valores artificiais do mercado internacional, deve comprometer-se com a qualidade de vida e em particular com a educação artística que a sociedade possui, pois é a partir desta que se constitui o consumo.

As posturas históricas-tradicionais de vanguarda no país foram, com a realização de uma expressão artística que realmente encontrasse eco na sua coletividade ou, de uma expressão cuja densidade conceitual expressasse a equivalência do potencial artístico brasileiro ao de artistas estrangeiros. É hora de uma ruptura com as aporias vanguardistas para que seja possível a construção de um novo paradigma estético e social e, neste sentido, o papel da universidade é fundamental.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FURSTENBERG, Adelina von. La vanguardia como base de una nueva tradición. *Revista Creación-estética y teoría de las artes*, Madrid, n.6, p.10, 1992.

KUSPIT, Donald. El artista suficientemente bueno: más allá del artista de vanguardia. *Revista Creación-estética y teoría de las artes*, Madrid, n.5, p.38, 1992.

PAZ, Marga. Arte: mercado y crisis. *Revista El Europeo*, Madrid, n.42, p.86, 1992.