

Sala do Artista Popular: Tradição, Identidade e Mercado

Luiz César dos Santos Baía

Dissertação defendida em 04 de julho de 2008

BAIA, Luiz César dos Santos. Sala do Artista Popular: Tradição, Identidade e Mercado. 2008. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio, UNIRIO/MAST, Rio de Janeiro, 2008. 105p. Orientador: Prof. Dr. Nilson Alves de Moraes.

RESUMO

Estudamos o contexto e o discurso produzido pela Sala do Artista Popular - SAP - do Centro Nacional de Folclore e Cultura e o processo de produção de sentidos que embasam os quadros de identidade do “artista popular” no universo sócio-cultural contemporâneo brasileiro. Tal proposta apontou para a reflexão acerca da categoria “arte popular” em sua vinculação essencial com os conceitos de Tradição, Identidade e Mercado. Analisamos os diferentes processos e estratégias expositivas da “SAP”, indagando sobre as lógicas subjacentes às suas exposições e as perspectivas mercadológicas dessa produção artística que envolve uma produção oriunda de regiões culturalmente diversificadas. Todas essas perspectivas tornam a SAP um dos espaços empíricos institucionais de particular importância para observação e análise das demandas, transformações, conflitos e tensões que envolvem as perspectivas materiais e simbólicas do artista e da “arte popular” no Brasil. Pensamos a SAP como uma instituição da cultura e a cultura como processo e um modo de compreensão e fazer das classes populares buscando compreender as relações estabelecidas entre a construção de identidades e as possibilidades de mudança social. Configurada como espaço para difusão da arte popular, a SAP traz ao público objetos que, por seu significado simbólico, tecnologia de confecção ou matéria-prima empregada, são testemunhos do viver e fazer das camadas populares. Suas atividades institucionais somadas ao desempenho de seus profissionais instauram a necessidade de uma reflexão sobre o significado dos diferentes deslocamentos de obras e artistas, os impactos nos contextos sócio-culturais em que habitam e as influências trazidas pelos processos de comercialização e musealização de tais produções culturais. A produção artística separada de seu contexto originário permite ser vista e sentida de modos diferenciados. As obras de “arte popular” são inseridas em uma nova perspectiva de legitimação, valores institucionais e de mercado que não era prevista e/ou percebida inicialmente por muito de seus autores e por agentes sociais identificados com o objeto de estudo. A inserção destes artistas populares num mercado de massas não significa sua incorporação à “indústria cultural”, mas a sua inserção num mercado capitalista periférico que atribui prestígio ao produtor, divulga sua obra e produz condições de vida para manter sua produção. A dissertação foi teórica e metodologicamente inspirada nas idéias de Gramsci. Utilizamos bibliografia recorrente, documentos institucionais e parte de um acervo que reunimos ao longo de dez anos de trabalho na instituição.

Palavras chave: Museologia. Patrimônio. Arte Popular. Identidade. Tradição e Mercado.

Gallery of the Popular Artist: tradition, identity, market.

BAIA, Luiz César dos Santos. Gallery of the Popular Artist: tradition, identity, market. 2008. Dissertation (Master). Graduate Program in Museology and Heritage, UNIRIO/MAST, Rio de Janeiro, 2008. 105p. Supervisor: Nilson Alves de Moraes.

ABSTRACT

The dissertation approaches the context and the discourse produced by the Gallery of the Popular Artist (Sala do Artista Popular - SAP) at the National Center of Folklore and Culture (Centro Nacional de Folclore e Cultura), as well as the process of production of sense that lies at the base of the identity frameworks which define the 'popular artist', in the contemporary Brazilian socio-cultural universe. The proposal includes a reflection about the category 'popular art', in its essential relationship with the concepts of tradition, identity and market. In analyzing the different procedures and strategies of exhibition at SAP, we have put under quest the different logics which lie behind the exhibitions, as well as the market perspectives of the artistic production - which involves a production originated in culturally diversified regions. All such perspectives turn SAP into one of the empiric institutional spaces of key importance for observation and analysis of the demands, transformation, conflicts and tensions which involve material and symbolic perspectives of the artists and of 'popular art' in Brazil. We think SAP as a cultural institution, and culture as a process and a way of understanding the know-how of popular classes, aiming at understanding the relationships established between the constitution of identities and the possibilities of social change. Created as a space for the diffusion of popular art, SAP brings to the public objects which, by their symbolic meaning, technology or material features, become testimonies of the living and cultural processes of the popular strata. Their institutional activities and the performance of their professionals create the necessity of a reflection over the significance of the different displacements of works and of artists, their impact into the socio-cultural contexts where they live and the influences brought by the processes of commercialization and musealization of those cultural products. The artistic production, separated from its original context, may be seen and felt in different ways. The 'popular artworks' are part of a new perspective of legitimacy of institutional and market values, not originally expected and/or perceived by many of their authors, or by social agents identified with this object of study. The insertion of the popular artists in the mass market does not signify their incorporation to the "cultural industries", but their insertion in a capitalist peripheral market, which attributes prestige to the producer, diffuses their artwork and produces living conditions to maintain their production. The dissertation has been inspired, in method and theory, in the ideas of Gramsci. We have made use of recurrent bibliography, institutional documents and of part of a collection organized throughout ten years of work in the institution.

Keywords: Museology. Heritage. Popular Art. Identity. Tradition and market.