

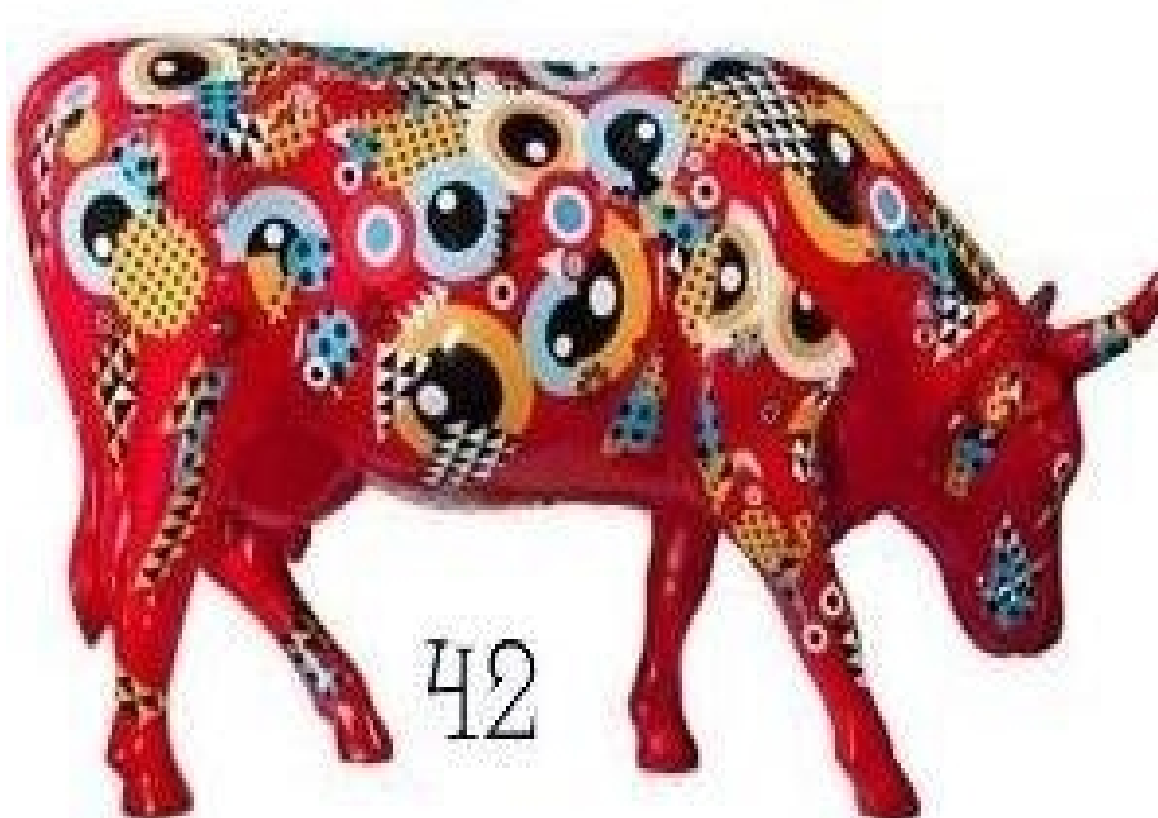
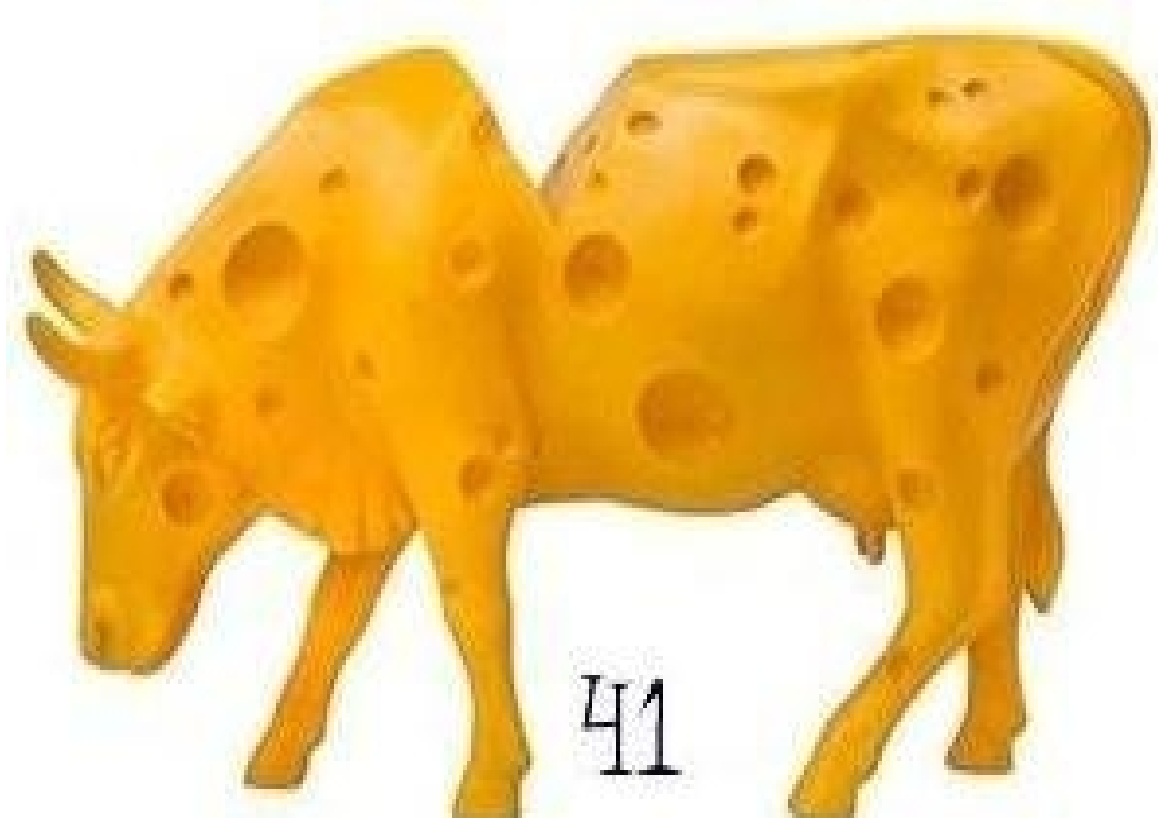
Cow Parade: a obra de arte como *outdoor*

Autor: DALLMANN, João Matheus Acosta – acostadallmann@gmail.com

UFSC/CFH/CIÊNCIAS SOCIAIS

Orientador: Prof. Ricardo Gaspar Müller

UFSC/CFH/PPGSP



O conteúdo das exigências metropolitanas é antagônico à peculiaridade da “arte popular”. A arte que provem das camadas populares não é a mesma proveniente da indústria cultural (Adorno, 1986), posto que não é uma cultura que emerge espontaneamente das próprias massas, senão que é a reformatação contemporânea da expressão cultural.

A reprodução de 2500 vacas pelo *Cow Parade* ou circuito das vacas, nos traz elementos para refletir sobre a mercantilização da arte. A mega exposição de rua que já rodou mais de 28 cidades ao redor do mundo, dentre as quais podemos destacar: Chicago, Nova York, Londres, Genebra, Praga, Las Vegas, Bruxelas, São Paulo, Rio de Janeiro e Moscou, já foi vista por mais de 100 milhões de pessoas. Com um discurso enfático sobre democratização da cultura, da arte e responsabilidade social, o evento apresenta, segundo o ponto de vista político e sociológico, aspectos contraditórios no que tange aos termos “democracia” e “arte”. As vacas seriam obra de arte? Existe autonomia do artista sobre sua obra, ou o patrocinador é quem decide sobre o seu *outdoor* em forma bovina? Para responder estas questões exploro aspectos do regulamento de inscrição de artistas no sitio oficial da empresa promotora do evento no intuito de contrapor as reflexões do marxismo e da Teoria Crítica.

Como qualquer outra atividade do trabalho humano, a arte é também um objeto de consumo. Se a principal característica de uma obra de arte no sistema capitalista é ser um objeto de consumo, isso mostra que há algo de errado na sua especificidade enquanto obra de arte. Marx em *Grundrisse* (2011), assevera que o consumo cria o impulso para produzir. Nesse sentido, se a *Cow Parade* produz “obras de arte” “impulsionando a produção” de vacas em grande escala, esse impulso será consequentemente comercial, o que torna a obra uma mercadoria ou mais duramente, o trabalho do artista como mercadoria.

Referências

- ADORNO; HORKHEIMER, *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Tradução Guido A. de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1986.
- BENJAMIN, Walter. *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*. In: Magia e técnica, arte e política: Ensaio sobre literatura e história da cultura. São Paulo: Brasiliense, 2009.
- FREITAS, Verlaïne. *Adorno & Arte Contemporânea*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed, 2003 .
- LUKÁCS, Gyorg. *Prolegômenos a uma estética marxista*. Grijalbo: México, 1965.
- LEFEBVRE, Henri. *A vida cotidiana no mundo moderno*. São Paulo: Ed. Ática, 1980.
- MARX, Karl. *Grundrisse*. São Paulo: Boitempo, 2011.
- _____. *O capital, crítica da economia política*. Livro I, Vol. I. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2003.
- _____; ENGELS, F., *A ideologia alemã*. São Paulo: Martins Fontes, 2008, p. 13.
- MÉSZÁROS, I. *Marx: a teoria da alienação*. Rio de Janeiro: Zahar, 1981, p. 127.
- Referências online:
- <http://www.cowparadesc.com.br/site/index.php/historia/> acesso: 31/10/2011
- <http://www.cowparade.com/>