

ARTE E DESIGN COMO BENS SIMBÓLICOS: COLAB55 COMO UM INCENTIVO A ARTISTAS INDEPENDENTES

RÔMULO RUAN VELHO GUEDES¹; Prof^a. Dr^a. ANA DA ROSA BANDEIRA²

¹ Universidade Federal de Pelotas – romulovelhog@gmail.com

² Universidade Federal de Pelotas – anaband@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

A Colab55 é uma startup¹ de venda de produtos *online* de arte e design. Nela, o profissional personaliza seu espaço com sua marca e define os produtos que estarão disponíveis e até quando, restando os direitos sobre todos os projetos e layouts disponibilizados. A empresa mostra o preço base de cada produto, mas quem decide o preço final da venda é o profissional. A Colab55 se responsabiliza pela produção, embalagem, envio, atendimento aos clientes e pós-venda. A empresa busca tanto incentivar a produção artística independente como também levar produtos exclusivos aos seus clientes (COLAB55, 2018).

Este artigo tem como objetivo geral investigar como se relaciona a arte e o design como bens simbólicos tendo em vista a economia colaborativa de incentivo aos artistas independentes, aqui especificada através do case da empresa Colab55. Como objetivos específicos busca-se: a) entender a relação da arte como mercadoria a partir das ideias de Walter Benjamin, relacionando-as brevemente com os conceitos de Pierre Bourdieu sobre os bens simbólicos; b) definir o que é uma economia colaborativa.

2. METODOLOGIA

O caso descrito anteriormente é o objeto de estudo deste artigo. Para a realização desse estudo usou-se como metodologia a pesquisa qualitativa, de caráter exploratório, através de revisão bibliográfica e documental, tendo em vista que uma pesquisa bibliográfica é feita a partir de materiais já publicados (GIL, 2010, p.29).

Inicialmente foi escolhido um case que explicasse os conceitos a respeito de como a arte, o design e a economia colaborativa se correlacionam. A partir disso, foi proposta uma análise teórica introdutória dos campos citados anteriormente. Em seguida, os pilares teóricos foram associados com o caso da Colab55.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Pode-se analisar que tanto para Benjamin como para Bourdieu a obra de arte é considerada mercadoria. Com Benjamin (1987) percebe-se que com a reprodutibilidade da obra alcançou-se um outro nível de significação, deixando de ser cultural para ser uma forma de comunicação de massas. Já para Bourdieu os bens simbólicos², ou seja, a arte como mercadoria, só podem conquistar seu espaço quando se diferenciam do campo da indústria cultural, tornando o artista mais independente (SANTOS, MEMORIA, FIGUEREDO, 2003).

¹ Startup é “um grupo de pessoas à procura de um modelo de negócios repetível e escalável, trabalhando em condições de extrema incerteza” (EXAME, 2016).

² Bens simbólicos para Pierre Bourdieu são aqueles objetos artísticos ou culturais que recebem algum valor mercantil (SANTOS, MEMORIA, FIGUEREDO, 2003).

Os dois autores entendem o processo de transformar a obra de arte em mercadoria de formas diferentes: Benjamin (1987) o analisa como ferramenta social a partir de sua reprodutibilidade, enquanto Bourdieu analisa de uma forma mercantil através da independência do artista da indústria cultural (SANTOS, MEMORIA, FIGUEREDO, 2003).

Tendo em vista os conceitos de Bourdieu sobre indústria cultural e indústria erudita, podemos delimitar que o trabalho do designer serviria para a indústria cultural, pois suas demandas apresentam-se pelas necessidades externas do mercado. O trabalho do artista serviria para a indústria erudita, pois o público é reduzido e depende muito do nível de instruções dos seus receptores (SANTOS, MEMORIA, FIGUEREDO, 2003). No entanto o que percebemos é que a linha que tangencia essas duas áreas é muito tênue, existindo uma dificuldade teórica de separar o que é arte contemporânea e design. Segundo Silva e Ribeiro (2013, p.116):

A impossibilidade ocorre porque, no caso específico da arte contemporânea e do design, a busca pelo estabelecimento de seus estatutos traz simultaneamente à tona questões de suas inter-relações. Esta suposição inicial de simultaneidade, com efeito, já aponta para a compreensão de que arte e design, enquanto campos distintos incorporam e apropriam cada um características do outro.

Por isso vemos que artistas e designers independentes têm dificuldades em ser compreendidos a respeito do que desenvolvem, por estarem marginalizados do mercado ou por quererem uma independência do que produzem perante as grandes empresas, patrocinadores ou estúdios. Eles ainda buscam um reconhecimento por suas funções.

Estamos acostumados a viver em uma sociedade capitalista, com uma economia de mercado competitiva, que visa a quantidade de produtos vendidos, e a disputa por um lugar no mercado (SINGER, 2002). No entanto, existem outras formas de pensar a economia. A economia solidária propõe que em vez de competir os participantes possam cooperar entre si, de forma que “Cada um desempenha uma atividade especializada da qual resulta um produto que só tem utilidade quando complementado pelos produtos de outras atividades” (SINGER, 2002, p.9).

Os princípios básicos da economia colaborativa são a propriedade coletiva, o direito da liberdade individual, e autogestão (*ibidem*). Segundo o website Endeavor Brasil³ a economia colaborativa começa a inspirar modelos de negócios de muitas empresas.

Rachel Botsman, autora do livro *What's Mine is Yours: How Collaborative Consumption Is Changing The Way We Live*, diz que um negócio da economia colaborativa é criado a partir de um sistema econômico de redes e mercados descentralizados que combina necessidades e posses, ignorando os intermediários tradicionais (GRILLETI, 2017).

Com a ajuda da internet a população pode usar como ferramenta essas redes de colaboração. As transformações importantes vêm ocorrendo e criando formas de economia e gestão (SEBRAE, 2018). A partir dessa ideia é que a Colab55 propõe uma nova maneira de valorizar a arte e o design. A empresa de e-commerce oferece uma plataforma para o artista expor seu trabalho e receber

³ Disponível em: <https://endeavor.org.br/estrategia-e-gestao/colaborativa-e-baseada-na-confianca-7-teds-que-explicam-nova-economia/> Acesso em: 04 de jul. 2018



financeiramente por ele sem precisar cuidar de nenhum outro processo que não a criação (MIGUERES, 2016).

O website funciona com o conceito de economia colaborativa em que o artista ou designer monta em estúdio virtual e escolhe aplicar suas artes em uma ou mais das doze opções de produtos disponíveis na plataforma: cases, canecas, camisetas, pôsteres, almofadas, adesivos, cartões postais, *sketchbooks*, magnetos, bolsas, camisetas *fullprint* e chinelos. A partir disso, a empresa conecta os usuários com o estúdio, e se responsabiliza por todo o processo de compra e pós compra com o cliente, sendo que quem define os valores são os próprios artistas, que ficam com 60% do que foi arrecadado (DANTAS, 2016). Por exemplo: se o preço de produção de uma camiseta for R\$ 30,00 e o artista decide vendê-la por R\$ 60,00, seus royalties serão 60% do lucro (R\$ 30), ou seja, ele receberá R\$ 18,00 por camiseta vendida.

No caso do website Colab55, podemos perceber claramente como a economia colaborativa aliada à tecnologia está ajudando artistas independentes a divulgarem seu trabalho e terem uma renda, sem necessariamente obedecer às demandas de mercado. No entanto, o que se questiona é se uma plataforma que trabalha com arte e design é capaz de fazer uma separação entre essas esferas? É necessário de fato separá-las? Quais seriam os aspectos positivos e negativos de embricamentos tão estreitos entre as áreas?

4. CONCLUSÕES

Com este artigo acredita-se ter atingido resultados satisfatórios quanto aos objetivos propostos. Através da investigação, ainda que aqui brevemente exposta, sobre arte e mercadoria a partir dos pensadores Walter Benjamin e Pierre Bourdieu, percebeu-se que os dois trabalham com a ideia da arte ter um propósito mercadológico, sem que com isso perca sua validade, porém em perspectivas diferentes. Benjamin (1987) está mais preocupado em investigar a mercadoria como ferramenta de comunicação das massas através da reprodutibilidade técnica, enquanto Bourdieu (MEMÓRIA; FIGUEIREDO, 2003) busca analisar como a independência do artista do mercado enriqueceu a sua produção de bens simbólicos.

Por meio deste levantamento teórico, foi possível analisar o caso da startup Colab55. Ela incentiva artistas e designers a vender os seus serviços fazendo uso das novas tecnologias (meios digitais), propondo novas formas economia colaborativa. Repercutindo assim, uma maior independência do mercado convencional e novas formas de colaborativismo entre artistas designers e empresas.

Os próximos passos desta pesquisa serão analisar de que forma a arte e o design estarem em uma mesma plataforma, sem uma separação clara do que é cada um beneficia ou prejudica os profissionais e o entendimento sobre as respectivas áreas.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Livro

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica**. In: Obras escolhidas I. São Paulo: Brasiliense, 1987.

SINGER, Paul, **Introdução a economia solidária**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2002.

Artigo

MEMORIA, Felipe, SANTOS, Ailton, FIGUEREDO, Juliane. **O mercado de bens simbólicos**. PUC RIO, Rio de Janeiro, 2003. Disponível em: <

https://www.catalogodasartes.com.br/historia_arte/AU/> Acesso em: 27 de jun. 2018.

SILVA, Sergio Luciano da, RIBEIRO, Rita Aparecida da Conceição. **As relações entre arte e design**: uma análise de discursos subjacentes e de pressupostos de comunicação. PUC RIO, Revista Alceu, v. 13 - n.26 - p. 116 a 126. Rio de Janeiro, jan./jun. 2013. Disponível em: <http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/artigo8_26.pdf> Acesso em: 30 de ago. 2018.

Documentos eletrônicos

COLAB55. Disponível em: < <https://www.colab55.com/about> > Acesso em: 19 de jun. 2018.

DANTAS, Guilherme. Colab55 – **Como profissionais criativos podem ganhar dinheiro com arte independente**. Disponível em: <

<https://www.designerd.com.br/colab55-como-profissionais-criativos-podem-ganhar-dinheiro-com-arte-independente/>> Acesso em: 4 de jul. 2018.

GIL, Antônio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas, 2010.

GRILETTI, Laís. **Colaborativa e baseada na confiança**: 7 TEDs que explicam a nova economia. Disponível em: < <https://endeavor.org.br/estrategia-e-gestao/colaborativa-e-baseada-na-confianca-7-teds-que-explicam-nova-economia/> > Acesso em: 4 de jul. 2018.

MIGUERES, Luisa. **Colab55 uma hub de artes e design que vende de roupas a decoração**. Disponível em: < <https://projetodraft.com/colab55-um-hub-de-arte-e-design-que-vende-de-roupas-a-decoracao/> > Acesso em: 44 de jul. 2018.

SEBRAE. **Economia Colaborativa**: a tendência que está mudando o mercado.

Disponível em: < [http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/economia-colaborativa-a-tendencia-que-esta-mudando-o-mercado,49115f4cc443b510VgnVCM1000004c00210aRCRD\[A9\]](http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/economia-colaborativa-a-tendencia-que-esta-mudando-o-mercado,49115f4cc443b510VgnVCM1000004c00210aRCRD[A9]) > Acesso em: 4 de jul. 2018.