

POLITIEK

De maatschappelijke urgentie en situering van Arteconomy

We openen dit katern met de neerslag van een vraaggesprek tussen Julie Vandenbroucke, voorzitter van Arteconomy vzw; Charlotte Bonduel, redacteur van deze publicatie en doctoraatstudent aan de Vrije Universiteit Brussel, en Pascal Gielen. Pascal Gielen doceert kunstsociologie en -beleid aan de Rijksuniversiteit van Groningen. Ook bekleedt hij het lectoraat *Kunstpraktijk in de Samenleving* van de Fontys Hogeschool voor de Kunsten in Tilburg. In dit gesprek wordt de rol van Arteconomy als maatschappelijke speler tussen kunst, economie en politiek gesitueerd en geanalyseerd.

Hoewel Arteconomy begonnen is als een persoonlijk onderzoek¹, heb ik ontdekt dat wij een maatschappelijk belang dienen. Daarom moet Arteconomy een pioniersperiode afsluiten en haar rol structureel neerzetten binnen de maatschappij. We hebben de voorbije jaren subsidieaanvragen ingediend, zowel bij het kabinet van Cultuur als bij dat van Economie en daar is telkens negatief op gereageerd. Beide kabinetten verwijzen naar elkaar door. Enerzijds merken wij dat onze werkwijze beantwoordt aan een maatschappelijk belang, anderzijds blijkt de politiek ons daar niet in te volgen. Dat brengt mij tot de vraag of het beleid klaar is om een joint venture tussen kunst en economie aan te gaan? Kunnen op politiek niveau verbindingen tussen kunst en economie bekrachtigd en waar nodig ook gemaakt worden?

pascal gielen: “Vanaf de jaren zeventig worden kunst en creativiteit sterk omarmd door het bedrijfsleven onder de algemene term Post-Fordisme². De economie heeft op een zeker ogenblik begrepen dat je arbeiders niet meer als nummers kan behandelen maar daarentegen hun individuele capaciteiten kan aanspreken. Wie dat niet hebben begrepen zijn de politiek, het beleid, maar ook de universiteiten. Zij blijven in een bijna Fordistisch³ model redeneren en met hun personeel of

1 Arteconomy vzw is ontstaan uit het concrete voorbeeld van samenwerkingen met kunstenaars in het metaalbedrijf Constructies Espeel in Rumbeke. Een overzicht daarvan kan u nalezen in het boek *Walk With Me. Over kunstenaars, het bedrijf Constructies Espeel en hun samenwerkingen*. Red. Bonduel C. en Derycke L., 2008, Lannoo.

2 “De overgang van een Fordistisch naar Post-Fordistisch (of ook wel: Toyotaïstisch) productieproces laat zich grosso modo markeren door de passage van ‘materiële’ naar immateriële arbeid en de productie van materieel naar die van immaterieel goed. Bij de laatste wint de tekenwaarde aan belang op de gebruikswaarde. (...) Vormgeving, esthetiek, kortom uiterlijke tekens of symbolen vormen vandaag een belangrijke motor van de economie omdat ze alsmaar meer de consumptielust mee bepalen.” Gielen P., *Het Gemurmel van de Artistieke Menigte. Over Kunst en Post-Fordisme*. 2008, Fontys: Tilburg.

3 Het Fordisme is een productiemodel voor bedrijven gebaseerd op bandwerk en serieproductie, dat werd uitgevonden door Henry Ford, stichter van het gelijknamige automobielbedrijf.

studenten omgaan. Men weet daar niet hoe men met vormen van creativiteit moet omgaan, waarvoor de kunst op natuurlijke wijze model staat.

De politiek is vandaag geen politiek meer, maar een soort bestuur. Dat illustreert de herhaalde, retorische zinsnede “Europa heeft beslist”, alsof een minister een ambtenaar is die uitvoert wat Europa heeft beslist. De verantwoordelijkheid wordt afgeschoven. De politiek is een soort van *governance* geworden die de samenleving tracht te beheersen. Om daarin te slagen heeft ze een slechte kopie aangenomen van het bedrijfsleven. Ze probeert te managen, doet aan *outsourcing*. Ze teert op een expertise die zogenaamd niet ideologisch is. Want hoe je dossiers moet behandelen, hoe je met je personeel moet omgaan enzovoorts, dat volgt allemaal een zogenaamd objectieve ratio. Dat kan je meten.

Ideologie telt niet meer in de politiek. Alle partijen staan voor hetzelfde: men wil beter bestuur. Politici zijn bestuurders geworden. Maar de politiek was vroeger, in haar klassieke, verzuilde vorm, wel een esthetische politiek. Die had een ideaal, een beeld van hoe de maatschappij eruit moest zien. Ze was soms utopisch. Dat esthetische principe is helemaal weggesleten.

Dat de politiek de kunst niet omarmt — ook al lijkt dat schijnbaar zo — terwijl de economie dat wel doet, heeft te maken met het moment in de geschiedenis waarop ze de grote verhalen vaarwel zei, waardoor esthetisch denken niet meer mogelijk is. De politiek heeft een historische kater overgehouden aan de grote verhalen en vreest daarop gepakt te worden wanneer ze weer in termen van maakbaarheid gaat denken. Daarom grijpt ze voortdurend naar meetbare elementen: efficiëntie, effectiviteit, meetbaarheid en management.

De conclusie is dat er mentaal en maatschappelijk veel grotere parallellen zijn tussen de bedrijfswereld van de entrepreneur en de kunstwereld, dan tussen wat men vandaag nog de politiek noemt en de kunstwereld.”

Heeft de kunstwereld dat begrepen?

gielen: “Wat de kunstwereld ontgaat, is dat een manier van denken en sociale omgangsvormen die typisch zijn voor de kunstwereld, geïncorporeerd zijn door de economie. Haar arbeids-logica en -ethiek zijn deel geworden van het bedrijfs-leven. De kunstwereld weet niet meer hoe ze zich daartegenover moet positioneren of eraan ontsnappen. Je hebt aan de ene kant de krampachtige reactie van een bepaald deel van de kunstwereld die niets met geld of het bedrijfsleven te maken wil hebben. Zeker voor de beeldende kunst is dat een ambivalente relatie, want elke kunstenaar leeft van de werken die hij verkoopt. Dat is een mercantiele relatie, die verdrongen of ontkend werd vanaf de negentiende eeuw. De klassieke oplossing blijft nog altijd dat de overheid dan beschouwd wordt als een buffer. Overheidsfinanciering biedt een balans tegen de vermarkting, tegen de economisering van het werk van de kunstenaar.

Dat model is zoals gezegd negentiende-eeuws en verouderd.

Het gaat nog uit van het centralistische idee van de natie-staat.

Op die manier kan je alleen reactionair opereren, in een voortdurende patstelling tussen economie en kunst.

Kijk naar de oudere generatie Vlaamse kunstenaars. Thierry De Cordier bijvoorbeeld is het geijkte model van iemand die de economie weigert. Hij cultiveert daardoor een oud, romantisch model van de kunstenaar dat ook vandaag nog aan kunstacademies wordt gepropageerd.”

Mijn ervaring zegt dat kunstenaars zich niet bewust zijn van de evolutie die de economie ondergaan heeft. Daarom zien ze niet dat ze eigenlijk partners zijn geworden en blijven ze zich ertegen verzetten. Anderzijds stellen ook meer en meer kunstorganisaties vast dat ze

vandaag op dezelfde manier redeneren als de economie. Ze vragen zich af wat dan hun corebusiness is.

gielen: “Kunstenaars moeten oppassen voor de markt en de economie. Hun argwaan is terecht. Ik werk zelf in een mastodontschool in Tilburg waar er elk jaar tweehonderd vijftig kunststudenten hun studie voltooien. Dat zijn allemaal creatieve actoren. Ze zijn allen kunstenaar. Om bij te blijven, implementeert men daar de markt in de school aan de hand van een evenementenbureau. Daardoor gebeurt niet meer wat altijd eigen was aan het onderwijs: het opschorten van de markt voor een tijd, tot je achttien of tweeëntwintig bent. Als je begint met vraag en aanbod binnen een opleiding dan snijd je heel veel mogelijkheden weg: tijd voor experiment, tijd voor verlies, zoals dingen die je weg kan gooien, en ook elk moment van zelfreflectie. Een bepaalde mentaliteit wordt daardoor heel dominant. Waardoor je na tien of vijftien jaar *burn outs* krijgt bij die jonge mensen, omdat ze al van in het begin uitgewrongen worden. Er is dus een reëel gevaar in de relatie tussen kunst en economie.

Maar de gangbare reactie daarop is de reactionaire.

Terwijl ik denk dat je juist meer strategisch op de markt moet inspelen. Ten eerste moet je weten hoe de economie werkt; hoe Post-Fordistische economie werkt, want in die context leven wij. Je moet weten hoe de netwerksamenleving functioneert. Dat die werkt met tijdelijke contracten, tijdelijke relaties en flexibele werkuren. Je moet je op zijn minst van dit geheel bewust zijn om dan te kijken waar de lacunes zitten. Wat zijn de problemen met dit model en hoe kan je daar strategisch op reageren?

De kunstwereld krijgt, door het stomme feit van de financiële crisis, alle *tools* terug in handen. Die toont heel mooi aan hoe ruilwaarde een soort van virtuele, immateriële waarde is geworden die op hol is geslagen. Er is geen enkel product meer dat tegenover die financiële waarde staat. Geld refereert alleen nog maar aan geld waardoor je een ongelooflijke ontploffing krijgt, een excès. Iemand die heel goed inziet dat die ruilwaarde virtueel is, is de ondernemer. Ik heb het dan niet over de manager maar over de oude baas van het bedrijf die zelf eigenlijk ingenieur is, die opgeklommen is tot directeur, maar de band met het product niet verliest. Hij begrijpt dat een product een bepaalde gebruikswaarde heeft, die hij probeert op te drijven, maar tegelijk weet hij nog altijd dat hij eigenlijk “maar dit” maakt. Die ondernemers zien nog dat verschil.

Luc Tuymans zei al duizend keer dat hij de prijzen voor zijn schilderijen niet begrijpt. Hij weet ook dat hij “maar dit” maakt. In die zin is de kunstwereld een historische voorloper die aantoont dat de koppeling tussen gebruikswaarde en ruilwaarde volledig kan ontsporen. Elke kunstenaar of zijn galeriehouder is bezig met de verkoop van zijn werk en probeert de relatie tussen gebruiks- en ruilwaarde stabiel te houden: “Dit werk mag niet te duur verkocht worden of het mag niet op de veiling komen want dan heb ik het niet meer in de hand.”

Het object *an sich* heeft een waarde, maar het figureert in een symbolische economie die de ruilwaarde bepaalt. Vanuit dit inzicht kan de kunstwereld twee dingen doen. Ofwel ga je over-identificeren in de virtuele richting. Laten we de band tussen beide volledig kapot rijden en louter doorgaan op de virtuele waarde zonder dat er nog een product tegenover staat. Ofwel ga je het belang van de relatie benadrukken en zorgen dat die blijft bestaan.

Op onze nationale feestdag heeft zelfs de koning over ethiek gesproken. We moeten terug naar een ethische oriëntatie en dan komen we bij het artistieke voorbeeld van Michelangelo Pistoletto. Hij heeft wel begrepen dat we allemaal ondernemers zijn. Enigszins bombastisch zegt Pistoletto dat we terug moeten naar het oude Fordisme waarin een auto van A naar B moet kunnen rijden. Hij moet dat niet alleen functioneel doen, maar ook ecologisch verantwoord, als een soort van inclusief Fordisme. Vanuit die logica ga je terug ethisch verantwoordelijk handel drijven en met kunst omgaan. Je krijgt een soort van ethische ommekeer.”

Het grote verhaal was voor jou op ethiek gebaseerd.

Waarom valt ethiek voor jou samen met esthetiek?

gielen: “Ethiek is voor mij een esthetisch principe. En artistiek denken betekent : al wat is kan anders zijn. Dat is de redenering die je maakt als kunstenaar. Het is het aftasten van andere mogelijkheden, wat de laatste Biënnale van Venetië *Making Worlds* noemt. Een kunstenaar moet in volledige maakbaarheid geloven. Hij kan daar ook in geloven omdat hij met iets fictiefs bezig is. Mogelijkheidszin is een activiteit die vandaag in de politiek, maar ook in de wetenschap wordt weggesneden. In de wetenschap ligt de klemtoon nu op de methode. Als je in een *peer reviewed* tijdschrift wil aanvaard worden, dan is de eerste vraag: hoe heb je gemeten? Terwijl creativiteit juist zit in het hypothetisch vermogen van de wetenschap, in het formuleren van een hypothese, in het kunnen naast elkaar plaatsen van werelden die al dan niet mogelijk zijn. De politiek heeft dat ook weggesneden. Die evolutie was al bezig sinds de jaren zeventig, maar voltrok zich symbolisch met de val van de Berlijnse muur. De politiek gaf vroeger vorm aan de samenleving. Dat doet een kunstenaar ook. Die laatste geeft weliswaar vorm aan materiële dingen, aan objecten, maar er is een duidelijke parallel. De politiek gelooft nu nog nauwelijks in de maakbaarheid van de samenleving. Alles is een reactie op de markt of op geglobaliseerde fenomenen. Vooraf beredeneerde stappen worden niet meer gezet. Dat is ondenkbaar geworden.

Door alleen al kunst en economie samen te gooien, creëert Arteconomy een omgeving met een onmaat⁴ die niet grijpbaar is. Dat is misschien zo met elk nieuw idee. Het glijdt langs alles. Je voelt dat letterlijk bij subsidieaanvragen:

Arteconomy opereert in een omgeving die niet gemeten kan worden. Outputmetingen in de politiek zijn een kopie van efficiëntie en effectiviteit in een ander bestel waardoor je tot in de kleinste vezels van een organisatie alles probeert te meten. Op die manier wordt de handelingsruimte die daarvan afwijkt heel klein, waardoor je een ongelooflijke middelmatigheid krijgt op alle vlakken, een soort van diplomatische kunstenaar die zich schikt naar de regels.

Kunst moet altijd een onmaat aangeven. Een andere maat die over twintig of dertig jaar misschien wel meetbaar is, maar die vanaf het moment dat ze wordt neergezet alles volledig door elkaar gooit.

Omdat de politiek haar esthetica verloren is en eigenlijk maar een slechte kopie is van de economie, heeft ze het moeilijk om een stevige onderhandelingspositie in te nemen ten opzichte van de economie en ook van de kunst. Om dan toch een eigenheid te behouden, krijg je een kramp.

De politiek moet terug durven beslissen. Aan politiek doen, wil zeggen dat elke keuze die je maakt een keuze is tegen iets anders. Dat betekent ook dat in een mondiaal bestel, de nationale politiek het lef moet hebben om alleen te gaan. In België is dat gebeurd bij het invoeren van de Tobintaks⁵⁵. Dat heeft ons land helemaal alleen gedaan. Maar ook deze maatregel waakt erover dat de ruilwaarde gerelateerd blijft aan de product-waarde. Uit de logica van de kunst en hoe ze gefunctioneerd heeft vanaf de vermarkting in de negentiende eeuw, kan

4 Gielen P., *De Onmaat van de Kunst*. Interview met Paolo Virno, 2009, Open 17. <http://www.skor.nl/artefact-4172-nl.html>

5 Op dit ogenblik is België het enige land ter wereld waar de Tobintaks in een wet is gegoten. De Tobintaks is een kleine belasting op valutatrans-acties, die al in 1972 door de Amerikaanse econoom en Nobelprijswinnaar James Tobin werd voorgesteld. Door zo'n belasting — bijvoorbeeld 0,1 of 0,25 procent — wordt de valutahandel een stuk minder interessant. Het afremmen van het 'flitskapitaal' is het eerste argument voor een Tobintaks. Daarnaast levert een dergelijke belasting op internationale valutatrans-acties een flinke hoeveelheid geld op die goed besteed kan worden om de armoede in de wereld te bestrijden. (bron: Wikipedia)

je dus ethische lessen trekken. De politiek kan van de kunst leren, maar denkt daarentegen vanuit haar bestuurskunde dat alles efficiënt moet opgelost worden.”

Hoe kan de politiek dan leren van de kunst en ethisch of esthetisch te werk gaan? En welke rol kan Arteconomy daarin spelen?

gielen: “Vanaf de romantiek in de negentiende eeuw hebben kunstenaars gezegd dat ze niet kunnen werken binnen structuren. Ze willen geen vast contract, geen vaste benoemingen. Een kunstenaar moet projectmatig en onregelmatig kunnen werken, ’s nachts, overdag of altijd. Op een perverse manier heeft de creatieve industrie dat geïncorporeerd waardoor alle sociale arbeidsvoorwaarden zijn weggevallen.

Bovendien zie je meer en meer kunstenaars die in de creatieve economie terecht komen en dat werk combineren met hun kunstpraktijk. Ze zijn pluraal en doen aan *multi-jobbing*. Ze denken niet meer vanuit de reactionaire houding van de autonome kunstenaar. Op individueel niveau maken kunstenaars voortdurend de *cross over*, met heel wat problematische gevolgen waar een overheid op inspelen kan.

Het ondernemerschap hanteert een bepaald mensbeeld dat vertrekt vanuit het individu en sterk gelooft in de eigen maakbaarheid. *The American Dream*: je kan als ondernemer je eigen lot ombuigen. In deze ondernemerslogica, gepaard aan dit mensbeeld, heeft solidariteit weinig belang. Op alle vlakken krijg je een individuele ratio. Daar komt dan nog bij dat het ondernemerschap voortdurend projectmatig werkt, want het Post-Fordisme zoekt naar tijdelijke relaties. Dat zorgt dat je alleen nog solidariteit krijgt op het moment en voor de duur van het project. Daarna klapt het netwerk dicht, gaat het uit elkaar en krijg je een nieuw netwerk met ook weer een andere solidariteit.

Een overheid, maar ook Arteconomy moet die relatie bewaken. Projectmatig werken heeft gevolgen voor iemands sociale relaties, arbeidsrelaties en arbeidscontracten. Hoe kan je dat projectmatig werken, dat zo dominant is geworden in onze economie, toch weer duurzaam maken zonder de voordelen ervan te verliezen? Als een overheid die plurale activiteiten vaststelt, moet ze daar op inspelen en kijken wat ze wanneer gaat subsidiëren, in welke fase van een loopbaan bijvoorbeeld. Hoe neemt ze de precaire situatie weg van zo’n kunstenaar die voortdurend wordt uitgebuit door de design-sector? Na tien jaar is hij verouderd en wordt hij uitgespuwd. Maar dan heeft hij niets. Hij heeft geen pensioen opgebouwd, geen sociale voordelen.

Een organisatie als Arteconomy moet tegelijk op die problematiek maar ook op het voordeel van die samenwerking wijzen. Vanuit haar expertise in kunst en economie kan ze onderzoeken hoe ze op een ethisch verantwoorde manier van elkaar kunnen leren, zodat de politiek er op een zeker moment wettelijke kaders kan voor maken.”

Arteconomy wil de organisatorische modellen van de kunstwereld en het bedrijfsleven aanpakken, maar dan zeker niet in één richting. Het is niet onze visie om modellen uit het bedrijfsleven over te brengen naar de kunstwereld omdat ze daar zogenaamd geen modellen zouden hebben. Integendeel, ik vind dat de kunstwereld met interessante modellen werkt, maar zich daar onvoldoende van bewust is. Ik denk aan het model van de Vooruit onder Erik Temmerman, of aan de manier waarop Guy Cassiers bij het Toneelhuis zijn inhoudelijk programma waarmaakt. Voor mij is dit laatste een zuivere vorm van open innovatie. Ik wil die bevruchting in beide richtingen mogelijk maken. We moeten interessante modellen detecteren in de kunstwereld en die overbrengen naar de economische wereld, maar ook omgekeerd.

gielen: “Wat mij bijvoorbeeld opvalt in artistieke organisaties is dat ze niet differentiëren. Functies lopen door elkaar. Iedereen doet zowat alles. Persoonlijke relaties zijn daar heel belangrijk. Guy Cassiers bijvoorbeeld moet volledig op zijn zakelijke leider kunnen vertrouwen. Alle facetten van zijn persoonlijkheid tellen. Hij moet niet alleen financieel onderlegd zijn, maar ook zijn uitstraling, wat hij zegt in de media, is belangrijk. Je hebt daardoor een sterke persoonlijke vertrouwensrelatie die informeel is. Grote of grotere bedrijven die uit een KMO-structuur beginnen te groeien, die vergeten dat soort band. Ze gaan fragmenteren. De vraag is dan hoe je toch relaties kan incorporeren die totaal zijn, waarin de hele persoonlijkheid een rol speelt.

Daarin is de kunstwereld expert. De kunstmarkt is geen zuivere markt. Want stel dat je een werk van Luc Tuymans wil kopen, dan moet je Luc Tuymans kennen, maar ook zijn galeriehouder Frank Demaegd. Dan moet je met hem gaan eten. Zo worden vertrouwensrelaties opgebouwd. Een belangrijk punt van vertrouwen is dat het schilderij de dag na de verkoop niet meteen op de veiling komt. Dat wordt gecontroleerd. Uit de sociale band die ontstaat bij het kopen van een product kan de economie iets leren. Dat kan niet voor alles zo zijn, want massaproductie is er net voor verantwoordelijk geweest dat er een afstand kwam. Maar mijn punt ligt elders: in een kunstorganisatie die vol energie zit en met idealen werkt, is die vertrouwensrelatie een logische organisatorische structuur, maar ik weet niet of je die zomaar mag overplanten op het bedrijfsleven. Om toch die totale relatie te bereiken, organiseren bedrijven teamweekends en feestjes. Het grote probleem is natuurlijk dat het bedrijf het hele leven van een mens gaat controleren. Dat is de oefening die Arteconomy telkens opnieuw moet maken: laten zien hoe creativiteit werkt en niet werkt en hoe een organisatie ervan kan leren op een frisse manier. Wat heeft het bedrijf nodig? Wat kan het ervan leren? Want de valkuil is hier dat het leven zelf volledig geëconomiseerd wordt.

Richard Florida⁶⁶ zegt dat er meer aandacht moet zijn voor creativiteit in de economie, maar hij denkt nog vanuit een accumulatiespiraal. Je kan als bedrijf nog meer of nog sneller verkopen als je met design gaat spelen. Mensen kopen niet langer een nieuwe mobiele telefoon omdat hij kapot is maar omdat het design versleten is na twee jaar. Je hebt daar een virtuele motor. Het vormgeven dient om de economie sneller te laten lopen dan ze zou moeten. De economie virtueel opdrijven vind ik een heel nefaste bijdrage van de esthetica aan de economie.

Als je je op dat — zeker voor de overheid — troebele terrein van kunst en economie bevindt, dan moet je je goed bewust zijn van alle mogelijke vallen waar je in kan trappen. Zowel vanuit het perspectief van de kunstenaar als omgekeerd.”

Daarom heeft Arteconomy tot op heden alleen research-projecten opgezet in bedrijven. Daarbij zochten we naar een situatie waarin de kunstenaar evenveel aan de samenwerking had als de ondernemer, zodat ze zich door een partnership allebei konden ontwikkelen. Ons doel was niet om de economie materieel nog rijker te maken, maar wel om aan de kunstenaar en de ondernemer een kans te geven om zich verder te ontwikkelen. Dat betekent dat we nog geen projecten in opdracht hebben aangenomen. In de toekomst kunnen we dit om twee redenen niet blijven volhouden. Ten eerste is die manier van werken heel intens en vergaand.

Bovendien merken wij ook dat de pluraliteit van de kunstenaar meer en meer opkomt. Ze zijn bereid om in het bedrijf te gaan werken, eerlijk hun geld te verdienen en er tegelijk iets van op te steken. We kunnen niet blijven werken met enkel researchprojecten, hoe ethisch verantwoord die ook mogen zijn, omdat de maatschappij evolueert.

6 Florida R., *The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life*, 2002. Basic Books.

gielen: “Een *creative tool* kan in een bedrijf twee kanten uit. Creativiteit kan gebruikt worden in een accumulatielogica. Of je maakt in het bedrijf een ruimte, een *onmaat* binnen de maat van het bedrijf die strategieën ontwikkelt die *traagzaam*⁷ zijn. Je kan bijvoorbeeld nadenken over het design van een auto die tien jaar lang kan overtuigen. Waarom komen bepaalde retro-modellen terug? Hoe kan je ervoor zorgen dat een product tien jaar kan meegaan en tien jaar op de baan blijft? Dat vind ik een vraagstuk voor een creatief ontwerp en niet: “Hoe kunnen we de verkoop versnellen?”.

De westerse economie is op dit moment op hol geslagen. Macro-sociologisch is de uitdaging van creatief denken om alles te vertragen. De vraag is dus hoe je dat als creatief denker kan stimuleren. Natuurlijk komt die auto nog op de markt en is verkoop het objectief, maar de vraag is wel hoe je de nefaste tendens van accumulatie kan counteren. Daar doet kunst aan politiek, want ze uit een mening over hoe de maatschappij moet werken. De kunstenaar gaat weer denken over de samenleving. Hoe kunnen economie en ecologie zich tot elkaar verhouden en hoe kan je er op ingrijpen? De kunst kan dan nog twee kanten op. Een Damien Hirst zal nooit in die richting denken, een Michelangelo Pistoletto wel. Arteconomy zal ook op termijn zien dat het met bepaalde kunstenaars wel en met andere niet kan werken.”

De Post-Fordistische economie blijkt inderdaad heel wat inspiratie uit bestaande artistieke modellen te halen, toch blijft er een enorm schaalverschil tussen beide werelden gelden.

gielen: “De economie heeft ingezien dat de kunstenaar iets te bieden heeft dat ze zelf broodnodig heeft, maar je kan niet zomaar van een symmetrische relatie uitgaan. De macht zit wel degelijk in het bedrijfskamp. De economie kan strategisch spelen, maar de kunst alleen tactisch. Ze kan op de economie inspelen, weerhaken maken, omdat de relatie nooit symmetrisch is. Om even een omweg te maken: als ik voor honderdtachtig studenten zeg: “En we maken de afspraak dat we volgende week geen les hebben en daarna een tentamen ...”, dan maak je natuurlijk geen afspraak, maar je doet wel alsof. Je simuleert een symmetrische relatie, maar in werkelijkheid bepaal ik de spelregels. Misschien is dat ook de valsheid van het partnership. Je kan niet uitgaan van een symmetrische relatie, maar het partnership kan wel het ideaal zijn. Dat werkt in twee richtingen. Het betekent dat we de kunstenaar in die mate moeten ondersteunen dat zijn relatie in het bedrijf zo symmetrisch mogelijk wordt, maar ook dat je het bedrijf weet te overtuigen van de noodzaak dat de kunstenaar autonoom kan werken binnen dat bedrijf op het gegeven moment.

Ook de politiek zit in een ondergeschikte positie. Sinds de opkomst van de multinationals is de politiek volledig ondergeschikt geraakt aan grote bedrijven. Als morgen Procter & Gamble uit Brussel vertrekt tenzij een wet verandert, dan zal die wet veranderen. Dat zal nog altijd het gevolg van een onderhandeling zijn, maar ook bij het vertrek van DHL aan de luchthaven bleken heel wat factoren daar een invloed op te hebben.

Partnership kan vals zijn als je zegt: “Het is er”, want het is er niet. Het moet het doel zijn. Dat is de werkwijze van Arteconomy. Stap voor stap overtuig je het bedrijf. Het begint met kunstwerken aan de muur omdat het bedrijf dat wil. Maar eens daar, vraag je of de samenwerking niet een stap verder kan gaan door een kunstenaar in te schakelen die dan iets helemaal anders zal willen dan zij. Zo trek je een onderhandelingsproces op gang dat de relatie meer en meer symmetrisch maakt. Op een microniveau denk ik dat je ook werkelijk een symmetrische relatie kan uitbouwen. Tijdens een project kan een ondernemer echt overtuigd raken van de intrinsieke waarde van een kunstenaar. Maar macro-sociologisch zal de relatie altijd asymmetrisch zijn. Niettemin breng je de kunstenaar in een mogelijke

⁷Traagzaam is een samentrekking van het woord ‘traag’ dat in ons denken een negatieve connotatie heeft, en het woord ‘duurzaam’ dat wel positief is.

onderhandelingspositie. Dat is een belangrijke stap. Anders geformuleerd zou je kunnen zeggen dat je de kunstenaar weerbaar maakt om te kunnen onderhandelen en de ondernemer weker door alle strategische inzichten en valkuilen die de relatie meebrengt, mee te geven.

Ik begrijp niet dat, als je dat uitspeelt naar een overheid, die daar niet op inpikt. In dit verhaal is de inzet heel anders dan zomaar verwachten dat kunst en economie hand in hand gaan. De kunstenaar kan aan de samenwerking verdienen. Je maakt hem ook economisch sterker. Onze overheid handelt vandaag neo-liberaal en trekt zich terug uit de samenleving, maar net daarom vind ik het heel bizar dat ze zelfs niet ziet dat Arteconomy de kunstsector een cadeau doet. Ten dele toch, want alle cijfers wijzen erop dat het aantal kunstenaars, of mensen die zich zo noemen, het voorbije decennium vertienvoudigd is. Door de democratisering van het onderwijs in de jaren zeventig zijn sowieso meer mensen naar de kunstacademie gegaan. De overheid kan die overvloed niet aan, terecht. Een mooi voorbeeld zien we met de dans. P.A.R.T.S. is er gekomen en Brussel ontploft. Het is onmogelijk om al die dansers te subsidiëren. Als je daar een eerbare relatie tussen kunst en economie kan formuleren dan kan dat een oplossing zijn.”

Vanuit welke positie kan Arteconomy haar maatschappelijke rol het best opnemen? Als verlengstuk van de overheid of als private onderneming?

gielen: “Arteconomy moet een goede waakhond zijn en tegelijk dubbelheid stimuleren. In de projecten heb je een derde partner nodig en om dat te zijn moet je vanuit een neutrale positie kunnen vertrekken. Je moet een arbiter hebben. Ik denk dat een overheid daar haar verantwoordelijkheid moet nemen. Als je alleen maar van het ene bedrijf naar het andere rent dat al dan niet met geld over de brug komt, dan ben je heel afhankelijk van wat zich aandient. Dan bevindt ook Arteconomy zich in een ondergeschikte positie, want zoals gezegd is de relatie asymmetrisch. Je hebt minder kracht om een project bij te sturen, om erop te wegen of om bepaalde pistes te weigeren, dan wanneer je autonoom bent. Om die neutrale positie hard te maken, heb je de hulp van een overheid en overheidsgeld nodig. En dit niet alleen om financiële redenen. Het gaat ook om een symbolische positie. Je wordt dan erkend door een overheid om dat bemiddelend werk op te nemen.”