



Het kunstenaarscollectief: een hefboom voor de individuele promotie

Zelfpromotie begint bij het beoefenen van je artistieke discipline. Gezien worden. Als individu krijg je soms niet vlug de kans om je uniciteit aan het publiek te tonen. Een beginnend kunstenaar heeft de publieke belangstelling nodig en kiest niet altijd voor de tussenkomst van een galerij. Dit publiek is niet alleen de cultuurconsument, maar ook zij die beroepsmatig zijn betrokken bij het artistieke leven: de maven, de connectors en de salesmen. De eerste kunnen een beslissende duw in de rug geven voor een artistieke loopbaan. Door het grote aanbod aan kunstenaars en de beperkingen van het netwerk van het individu, kan je ontsnappen aan de aandacht van de actoren van het artistieke werkveld. Soms is je positionering nog niet helemaal de juiste. Daarom is het handig over een hefboom te beschikken, die je artistieke uniciteit zichtbaar maakt. Het vormen van een kunstenaarscollectief kan zo een hefboom betekenen. Het is absoluut niet de bedoeling hierdoor afbreuk te doen aan individualiteit van de kunstenaar. **Het is dus niet zozeer dat de leden van het collectief in functie staan van de collectiviteit, maar de collectiviteit in functie staat van de leden.**

1. Samenvoegen van netwerken en van de diversiteit aan communicatieve kwaliteiten

De deelnemers van een collectief hebben deels een gemeenschappelijk netwerk, maar wat voor de andere leden interessant is, ook een persoonlijk netwerk. Iedereen profiteert mee van ieders persoonlijk netwerk. Gezien de uniciteit van elke kunstenaar is het risico dat men in elkanders (zakelijk) vaarwater komt niet zo groot.

In een groep is er steeds iemand die beter thuis is binnen een bepaalde doelgroep, of die gewoonweg de betere communicator is.

De ene legt vlotter contacten met het publiek, de andere met het werkveld of met de pers. Ieders netwerk, wordt op deze wijze vlotter uitgebreid, ook in de breedte, dan mocht er individueel moeten worden ingestaan voor alle facetten van de persoonlijke promotie.

2. Collectieve initiatieven worden beter opgemerkt en zijn betere publiekstrekkers.

De organisatie van een collectief evenement is steeds aantrekkelijker voor het publiek, dan een individueel. De consument zal zich vlugger de inspanning getroosten zich te verplaatsen voor een evenement van een zeker gewicht, of met een zekere diversiteit (vb. een groepstentoonstelling). Voor bepaalde kunstvormen is dit zelfs hoogst aangewezen, indien je wenst interesse te wekken.

Dit doet geen afbreuk aan de aantrekkingskracht van bvb een theatermonoloog. Eenmaal geproduceerd door een collectief wint zelfs een individuele prestatie aan belang.

3. Collectieve initiatieven verlagen de drempel tot het tentoonstellen.

Meestal heb je te weinig werk om een solo tentoonstelling te vullen, en ben je aangewezen op groepstentoonstellingen. Het collectief kan makkelijk zelf een groepstentoonstelling organiseren, waardoor je niet moet wachten op een uitnodiging om deel te nemen aan een of andere tentoonstelling. Je neemt zelf het heft in handen. En je wordt meteen zichtbaar.

4. Collectieve initiatieven lenen zich beter voor artistieke interventies in het openbaar.

Bij gebreke aan strategische locaties kan men ook besluiten over te gaan tot artistieke interventies in het openbaar. Men gaat weliswaar naar het publiek toe. Als individueel kunstenaar loop je het risico dat je performance de mist in gaat, of slechter: je wordt verward met een zonderling. Een collectieve performance of meervoudige interventies nemen meer plaats in in het dagelijksopenbaar leven en zullen ze meer aanspreken en zelden onopgemerkt voorbijgaan. Ze krijgen het karakter van formele evenementen en zullen aldus worden opgemerkt door publiek, pers en werkveld.

5. Mogelijkheid tot verenigen van verschillende kunstdisciplines (synergie)

Een kunstenaarscollectief moet niet noodzakelijk bestaan uit beoefenaars van dezelfde kunstdiscipline. **Zoals je ook niet tot slechts één kunstenaarscollectief hoeft te behoren. Of een uitwisseling tussen verschillende collectieven.**

Musici, acteurs, videomakers, beeldende kunstenaars kunnen even goed samenwerken in elkanders producties of initiatieven, binnen of buiten hun eigen artistieke rol. Een saxofonist kan een acteerprestatie begeleiden. Een acteur kan deelnemen aan een performance van een beeldend kunstenaar. Een vernissage van een tentoonstelling wordt opgeluisterd door een optreden.

6. Denktank en stimulans tot betere positionering.

Het cliché van de eenzame kunstenaar die slechts na zijn dood wordt begrepen behoort tot het verleden. Eenzaamheid is meestal geen goede basis om na te denken over hoe je je promotie aanpakt of aan te voelen of er grond is om je positionering bij te schaven of te herzien. Voeling met wat er zich buiten afspeelt is belangrijk. In plaats van zich onmiddellijk toe te vertrouwen aan een manager of een galerist, zijn er meer en meer kunstenaars die de fundamenteën van hun artistieke waardering zelf leggen. **Onderling overleg en opzoeken van externe expertise** en zich onderwerpen aan relevante appreciatie op artistiek vlak heeft als resultaat dat de leden van een kunstenaarscollectief zichzelf juister gaan positioneren, wat hun promotie vergemakkelijkt.

7. Het kunstenaarscollectief heeft ook economische voordelen: het is een kostendelende associatie.

Zo kunnen de kosten voor afhuren van de fysieke ruimte gedeeld worden, kunnen er bepaalde apparatuur voor gemeenschappelijk gebruik samen of individueel aangekocht worden.

De samenwerking verloopt het best in een sfeer van complicitéit, waarbij naast de collectieve activiteiten je elkaar ook bijstaat in de productie van individuele projecten.

Een collectief kan ook de vorm van een vzw aannemen, waardoor logistieke steun, terbeschikkingstelling van fysieke ruimtes enz. gemakkelijker verkrijgbaar zijn, en wie weet kunnen subsidies toegekend worden.

Indien er een VZW wordt opgericht is er een betere toegang tot subsidies, zij het slechts lokaal, of logistieke steun vanwege de gemeente. Ook kan een ESV worden opgericht als het een zuivere kostenassociatie betreft, die geen gemeenschappelijke artistieke activiteiten realiseert.

8. Zelfpromotie blijft het hoofddoel.

Niettegenstaande een kunstenaarscollectief een regelmatige tot zelfs formele samenwerking inhoudt, blijft de zelfpromotie van de individuele kunstenaar het hoofddoel. Het is een promotionele aanloopfase die zich situeert na de positionering en voor de definitieve kunstenaarsloopbaan. De individuele loopbaan aanvatten zonder enige gevestigde waardering op de markt houdt een groot risico in op status quo.

Het collectief is een weg (één van) om de noodzakelijke waardering van je werk te bekomen, zonder geweld te doen aan de zelfrealisatie.