UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE ARTES, CIÊNCIAS E HUMANIDADES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS CULTURAIS

NAIRA CRISTINA RODRIGUES DE ASSIS

**As Regras do Mercado: Dinâmicas e Construção do Valor no
Mercado de Arte Contemporânea**

SÃO PAULO

2017

NAIRA CRISTINA RODRIGUES DE ASSIS

**As Regras do Mercado: Dinâmicas e Construção do Valor no Mercado de
Arte Contemporânea**

Dissertação apresentada à Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Mestre em Filosofia pelo Programa de Pós-graduação em Estudos Culturais.

Versão corrigida contendo as alterações solicitadas pela comissão julgadora em dia 01 de dezembro de 2017. A versão original encontra-se em acervo na Biblioteca da EACH/USP e na Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da USP (BDTD), de acordo com a Resolução CoPGr 6018, de 13 de outubro de 2011.

Área de Concentração:

Crítica da Cultura

Orientador:

Prof. Dr. Carlos Henrique Barbosa Gonçalves

SÃO PAULO

2017

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

CATALOGAÇÃO-NA-PUBLICAÇÃO

(Universidade de São Paulo. Escola de Artes, Ciências e Humanidades. Biblioteca)

Assis, Naira Cristina Rodrigues de

As regras do mercado : dinâmicas e construção do valor no mercado de arte contemporânea / Naira Cristina Rodrigues de Assis ; orientador, Carlos Henrique Barbosa Gonçalves. – São Paulo, 2016
98 f. : il

Dissertação (Mestrado em Filosofia) - Programa de Pós-Graduação em Estudos Culturais, Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, São Paulo.
Versão corrigida

1. Arte contemporânea. 2. Mercado de arte. 3. Economia da cultura. 4. Sociologia da arte. I. Gonçalves, Carlos Henrique Barbosa, orient. II. Título

CDD 22.ed.- 709.04

Nome: ASSIS, Naira Cristina Rodrigues de

Título: As Regras do Mercado: Dinâmicas e Construção do Valor no Mercado de Arte Contemporânea

Dissertação apresentada à Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Mestre em Filosofia do Programa de Pós-Graduação em Estudos Culturais

Área de Concentração:
Crítica da Cultura

Aprovado em: 01/12/2016

Banca Examinadora

Prof. Dr. Valéria Barbosa Magalhães

Universidade de São Paulo. Escola de Artes, Ciências e Humanidades.

Prof. Dr. Fernanda Mendonça Pitta

Pinacoteca do Estado de São Paulo.

Prof. Dr. Lilian Santiago

Universidade Federal de São Paulo.

Agradecimentos

Ainda que uma parte considerável da produção acadêmica seja realizada no enfrentamento entre o sujeito e a folha em branco, este trabalho não seria possível sem uma série de estruturas de apoio, sejam elas educacionais, financeiras ou emocionais.

Em primeiro lugar, agradeço ao professor Prof. Carlos Gonçalves que teve um papel crucial na finalização deste trabalho. Suas leituras, disponibilidade, paciência e estímulo, reconhecimento e valorizo como incomuns.

Aos amigos que contribuíram de variadas formas. Marcos Farinha foi importante em diferentes partes deste processo. Lilian Santiago e Bruno Mendonça pelas infinitas conversas sobre o mundo da arte. Dani Albertini e Amina Urasaki por compartilharem comigo curiosidade sociológica e desejo de entender o mundo.

Aos meus pais, que sempre ofereceram apoio ilimitado diante de seus limitados capitais sociais.

RESUMO

ASSIS, Naira Cristina Rodrigues de. **As Regras do Mercado: Dinâmicas e Construção do Valor no Mercado de Arte Contemporânea**. 98f. Dissertação (Mestrado em Filosofia) – Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017. Versão corrigida.

Entre todos os mercados que lidam com bens culturais e artísticos, o mercado de arte contemporânea permanece como um dos mais inacessíveis e desconhecidos. A dificuldade em estabelecer relações objetivas entre arte e economia, típica dos mercados de bens simbólicos, parece atingir seu ápice quando se trata de discutir as artes visuais.

Em relação ao mercado de arte, atribui-se com frequência a ideia de um campo sem regras, caracterizado por valores exorbitantes, eventos espetaculares e agentes orientados para a obtenção do máximo lucro.

Porém, a partir de uma análise detalhada do campo, é possível identificar uma série de normas e estratégias econômicas e simbólicas que regulam o mercado e sobre as quais se estabelece o preço das obras e o valor artístico.

Deste modo, a presente pesquisa busca analisar as leis que operam este mercado, assim como a construção do valor das obras de arte contemporâneas, levando em consideração as especificidades e o lugar que o mercado de arte brasileiro ocupa dentro deste sistema como um todo.

Palavras-chave: Mercado de Arte. Arte Contemporânea. Economia dos bens simbólicos. Economia da Cultura, Sociologia da Arte.

ABSTRACT

ASSIS, Naira Cristina Rodrigues de. **The Art Market Rules: Dynamics and Construction of Value in Contemporary Art Market.** 98f Dissertation (Master of Philosophy) - School of Arts, Sciences and Humanities, University of São Paulo, São Paulo, 2017. Correted version.

Among all the markets that deal with cultural and artistic goods, the contemporary art market remains one of the most inaccessible and unknown. The difficulty of establishing objective relations between art and economy, typical of symbolic goods, seems to reach the peak of uncertainty when it comes to discussing the visual arts.

The art market is frequently seen as a field without rules, characterized by exorbitant prices, spectacular events and actors oriented to obtain the maximum profit.

Departing from a detailed analysis of the field is possible to identify a series of economic standards and symbolic strategies that regulate the market and on which the artistic value and the price is set.

Thus, this research seeks to analyze the laws that operate this market, as well as the construction of the value of contemporary art, taking into account the specificities and the place that the Brazilian art market occupies within this system as a whole.

Keywords: Art Market, Contemporary Art, Sociology of Art, Economy of Culture.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Mapa do mercado de arte atual	32
Figura 2 – Vendas de leilões por nacionalidade de artistas.....	34
Figura 3 – Artistas chineses no ranking dos 50 artistas mais vendidos.....	35
Figura 4 – Receita dos leilões de arte contemporânea entre 2005 -2015.....	38
Figura 5 – Receita dos leilões de arte contemporânea por mídia.....	38
Figura 6 – Número de galerias de acordo com época de criação.....	62
Figura 7 – Distribuição de galerias por cidade.....	62
Figura 8 - Evolução das exportações do mercado de arte.....	65

Sumário

Introdução	9
Trajeto de pesquisa.....	9
Metodologia de pesquisa.....	17
Organização dos capítulos	19
Capítulo 1. A economia excepcional das artes.....	21
Capítulo 2. Características gerais do mercado de arte	29
1.1 Mercado de arte: breve história	29
1.2 Estrutura do mercado de arte contemporânea.....	30
1.3 Algumas considerações sobre os dados	38
1.4 Os segmentos que compõem o mercado	43
1.5 Mundialização artística	53
1.6 Mercado de arte contemporânea brasileira	57
Capítulo 3. Construção do valor	65
3.1 Promotores versus Parasitas	66
3.1 Determinantes de preços	72
Conclusão.	79
Referências	88

Introdução

Trajetória de Pesquisa

A expansão da produção e consumo de bens simbólicos a partir da segunda metade do século XX, parece ter evidenciado o papel das práticas culturais, não apenas na reprodução dos modos de vida, como também em sua produção material (Cevalco, 2001).

A crescente oferta e o volume de produção de bens simbólicos contribuíram para estimular mudanças significativas na vida social contemporânea. Neste sentido, percebemos que os indivíduos passaram a investir mais tempo em atividades relacionadas ao lazer e ao aperfeiçoamento do gosto, assim como as práticas de consumo cultural se tornaram não apenas a principal “agência socializadora” da vida nos grandes centros urbanos, como também passaram a ser compreendidas e acionadas de modos cada vez mais diversificados.

Além disso, a crescente desmaterialização das formas tradicionais de produção e economia, característica das últimas décadas do século XX, estimularam um progressivo interesse em acionar a cultura como um recurso para resolução de problemas sociais e desenvolvimento político e econômico local. Nesta perspectiva, as atividades culturais se configuram como uma importante ferramenta, tanto para solução de problemas sociais, como melhora da educação e diminuição da criminalidade, como também para revitalização econômica, impulsionando muitas vezes o turismo cultural e gerando empregos. (Yúdice, 2004 p.25-29).

Neste sentido, o característico desinteresse da economia pela produção de bens simbólicos passa a ser substituído pela discussão de seu papel central no desenvolvimento de uma nação, assim como a cultura passa a ser vista como uma importante força propulsora do mercado.

No final dos anos 1990 o conceito de economia criativa surge de maneira mais específica, as atividades artísticas, não importam mais apenas por satisfaze-

rem necessidades culturais, mas podem ser utilizadas para melhorar a qualidade de bem e serviços. As artes são deste modo consideradas a alavanca das atividades econômicas nas sociedades pós indústrias, assim como, a classe criativa passa a ser vista como a propulsora da vida econômica contemporânea. O conceito de economia de criativa é utilizado pelos britânicos e propagada pelo Labour Party inglês durante a campanha de Tony Blair, e baseava-se na noção de que o desenvolvimento econômico futuro deveria estar voltado para explorar o potencial não apenas das tradicionais indústrias culturais, como o cinema e televisão, mas também indústrias emergentes como as de propriedade intelectual, representadas, por exemplo, na produção de softwares ou na criação de patentes, isso sem deixar de considerar, setores como a moda ou design (Grefe, 2015 p. 212).

Progressivamente nas décadas seguintes, o conceito de economia cultural irá se expandir também no sentido de repensar o desenho urbanístico de grandes centros urbanos deteriorados. A reconfiguração de antigas cidades operárias em novos polos de cultura se torna uma prioridade política bastante explorada nas mais diversas partes do mundo.

Um dos exemplos mais marcantes desta era foi a transformação da cidade industrial de Bilbao, (Espanha), em centro de cultura impulsionada pela construção de uma franquia do museu americano Guggenheim. A cidade espanhola é reconhecida como a expressão máxima deste fenômeno, mas não escapam deste processo cidades mais próximas, como Buenos Aires ou Rio de Janeiro, cuja polêmica em torno da construção de uma unidade do Guggenheim acabou ocasionando o arquivamento do projeto.

Evidente que tal modelo de revitalização urbana não foi unanimemente celebrado. Se por um lado discute-se que a transformação de tais cidades em zonas de cultura e lazer teria impulsionado o turismo e contribuído para geração de renda e novos empregos, por outro, é possível discutir que tais projetos se expressam principalmente num processo de gentrificação, ou revertem-se muitos vezes em vertigi-

nosos aumentos de impostos proporcionando pouco retorno para os cidadãos destas cidades¹.

O exemplo das cidades celebradas como novos polos de cultura apenas esboça os contornos das dinâmicas que se estabelecem a partir deste contexto em que cultura (e mais especificamente as artes visuais) é acionada como recurso para resolução de problemas. As respostas não são simples e envolvem embates entre forças locais e globais que à primeira vista não são tão claramente distinguíveis.

No contexto europeu, o desmonte do *Welfare state* e a progressiva diminuição de recursos públicos para as artes promovem importantes mudanças no que se refere às relações entre Estado e cultura e cultura e mercado privado. Conforme analisa Chin-tao Wu (2006), com o Estado menos presente, a intervenção corporativa nas artes se tornará cada vez mais nítida e se fará de modo cada vez mais heterogêneo. Neste contexto, vemos surgir as grandes coleções de arte geridas por corporações empresariais, há um aumento na especulação em torno do preço de obras e também uma significativa mudança na condução dos museus.

Reflexo deste processo, as instituições museológicas passam então a lidar com novos dilemas administrativos; diretores de perfil corporativo voltados para captação de recursos parecem responder na medida às novas demandas, que incluem uma audiência cada vez mais vasta e distinções mais sutis entre as artes visuais e outras formas de entretenimento da indústria cultural².

De acordo com o último relatório elaborado pela *Artprice*, atualmente mais de 700 museus são abertos por ano em diferentes partes do mundo, sobretudo, no Oriente Médio e Ásia³. A demanda de obras para estes novos polos de cultura sustenta o mercado de arte atual e evidencia o papel dos museus como um segmento que tem capacidade de movimentar somas consideráveis de capital.

¹ Whittle, Helen. "Bilbao's Guggenheim Continues to Divide". Deutsche Welle.com. 03/06/2012. Disponível em: <http://www.dw.com/en/bilbaos-guggenheim-continues-to-divide/a-15904659>. Acessado em: 10.05.2016.

² The Museum Revisited – Art Forum – "Especial Issue". Summer 2010 p.274.

³ The Art Market Report 2015. Disponível em: <http://www.artprice.com/artmarketinsight/reports>. Acessado em: 12.07.2016

Dialogando entre o turismo local e a indústria do entretenimento, muitos museus neste final do século XX investiram na reinvenção de seus perfis, as megaexposições voltadas principalmente para a experiência sensorial e a diversão interativa foram algumas das respostas possíveis encontradas. Entre as *“blockbuster exhibitions”* ou os museus multinacionais, como os americanos Guggenheim e Whitney Museum, desenrolou-se nas últimas décadas um prolongado debate sobre o futuro, papéis e demandas destas instituições. Longe de se esgotar, a discussão ainda permanece atual (Huyssen, 1996 p.42)

Acompanhando o crescimento exponencial de instituições museológicas e suas megaexposições itinerantes, seguimos para o surgimento de dezenas novas bienais e feiras de arte. Estima-se que existam hoje no mundo mais de 40 bienais, assim como um crescente número de feiras de arte locais. Ambos os eventos não só alimentam as rotas de turismo cultural, colocando no mapa cidades que de outro modo não estariam inseridas neste circuito, mas contribuem para criar um calendário internacional de arte, onde os mesmos personagens (curadores, produtores, críticos e colecionadores) se deslocam agora em torno de uma programação global. Se por um lado, argumenta-se que o novo panorama é responsável por construir um diálogo e intercâmbio entre diversas práticas artísticas e culturais, internacionalizando as culturas locais, por outro, ele funciona principalmente como uma eficiente ferramenta para consolidação de uma economia internacional da arte (Mesquita, 2001/2002).

A Bienal de Veneza foi a precursora deste modelo. Criada em 1895 e tendo como referência as exposições universais daquele século, já foi concebida com o intuito de impulsionar a economia local reposicionando a cidade italiana na rota do turismo europeu. O modelo, organização e conceito revelaram-se eficientes, contribuindo para que posteriormente se espalhasse pelo mundo. Hoje, cada grande centro urbano regional reivindica sua própria bienal, buscando reconhecimento artístico e afirmação internacional (Idem/Ibidem p.74).

De qualquer modo, entre as diversas bienais e feiras existentes, nem todas têm a mesma importância ou possuem o mesmo peso de consagração. Este papel

permanece restrito a um pequeno número de eventos que ditam um modelo para os demais que se seguem ao longo do ano em diversos países do mundo.

A expansão dos eventos de arte, assim como, o surgimento dos museus voltados para construção de suas franquias pelo mundo, são fenômenos reveladores do sentido de como a globalização artística foi sendo construída nas últimas décadas (Chin-Tao, 2012).

O assunto tem sido extensivamente explorado pela bibliografia especializada. No segundo capítulo da dissertação, discutiremos de maneira mais detalhada o tema da globalização artística. Por hora, podemos dizer que tais transformações apresentam múltiplos aspectos: se por um lado, parecem contribuir para a persistência de relações que alimentam o colonialismo cultural, por outro, é possível considerar que desde os anos 1980 tem ocorrido uma significativa mudança no campo artístico internacional que passa a incluir novos grupos em seu sistema, assim como são criados novos circuitos de arte contemporânea.

Tais transformações não devem ser consideradas recentes, o contexto é reconstruído no sentido de ambientar as mudanças ocorridas no campo artístico de forma geral, buscando-se também, entender como tais mudanças reverberaram no campo artístico brasileiro.

Acompanhando as tendências globais, nas duas últimas décadas o sistema artístico brasileiro experimentou uma profunda expansão que se expressou nitidamente no aumento do número de exposições, incluindo eventos de grande escala, no surgimento de novas galerias e feiras de arte, e no aumento da circulação e reconhecimento da produção artística brasileira fora do país. Consequentemente, a expansão do setor contribuiu para um progressivo aumento no número de intermediários, possibilitando o surgimento de novas profissões envolvidas com as artes visuais.

Em certa medida, estes foram os pontos de partida da presente pesquisa. Neste primeiro momento buscava-se entender como este crescimento se dava e qual era seu significado, não apenas para o campo artístico brasileiro, mas como ele se articulava num contexto mais amplo em relação ao campo artístico global.

No contexto nacional, apesar da escala e dinâmicas específicas, o sistema artístico local parece reproduzir muito das dinâmicas experimentados em maior escala no plano internacional.

As primeiras experiências em termos de megaeventos de arte começam a ser vistas a partir de fins dos anos 1990 e início dos anos 2000 tendo à frente o banqueiro e mecenas Edemar Cid Ferreira, cuja rápida projeção nas artes visuais gera então uma série de controvérsias dentro do campo. Dirigindo a Fundação Bienal e posteriormente criando uma instituição paralela, a Brasil Connects, as ações do grupo estavam voltadas para a realização de eventos de grande porte, altamente publicizados e destinados a alcançar um público recorde.

Os eventos produzidos pela Brasil Connects não apenas trouxeram exposições e obras importantes nunca antes experimentadas por um público tão vasto no país, como também viabilizaram exposições de artistas brasileiros no circuito internacional.

Entre a reverência e a desconfiança pública, a presença do banqueiro como figura chave das artes visuais no país durou aproximadamente uma década e teve sua continuação abreviada em função dos escândalos financeiros envolvendo a falência do Banco Santos que posteriormente culminaram em sua prisão. Tais circunstâncias levantaram naquele momento um debate sobre a falta de solidez do sistema artístico local, cujas instituições pareciam ser o espaço ideal para projeção de figuras sem nenhum interesse consistente ou envolvimento prévio com o meio cultural (Naves, 2007 p.430).

Nos anos posteriores, notícias sobre as artes visuais ocupariam novamente grande espaço na imprensa, desta vez anunciando um significativo crescimento do mercado e consumo de arte no país. O grande entusiasmo do momento parecia reproduzir as características da era Edemar e levantava dúvidas sobre sua solidez. Principalmente porque o crescimento do mercado não parecia acompanhado de uma expansão ou fortalecimento institucional.

O descompasso então existente entre mercado e esfera institucional contribuíram para gerar questões que posteriormente se organizariam na atual pesquisa. Das primeiras suposições, leituras e livres investigações até o desenvolvimento do

trabalho de maneira mais formal, logo foi possível constatar que a tradicional opacidade do mercado de arte, tinha um caráter ainda mais profundo no campo brasileiro. A falta de bibliografia sobre o assunto aliado a falta de dados concretos, contribuíam para criar especulações e informações desencontradas.

Neste sentido, dois fatores podem ser pensados como determinantes deste processo. Em primeiro lugar, a pesquisa de arte no país permanece ainda em grande parte voltada para a produção de biografias de artistas. Nos anos 1980, o precursor trabalho de José Carlos Durand sobre o mercado de arte do brasileiro discute as dificuldades de analisar o sistema artístico sob o ponto de vista sociológico (Durand, 1989). Porém ainda hoje podemos identificar uma grande lacuna no que diz respeito a produção de estudos voltados para a análise do sistema artístico como um todo.

Somado a este quadro, podemos acrescentar ainda a forte relutância existente no campo em discutir abertamente as relações entre arte e mercado, dificultando deste modo a compreensão dos processos que envolvem as estratégias de criação de preço e valor das obras de arte.

O sentido teórico do fenômeno será explorado de maneira mais elaborada no capítulo 1, por enquanto, podemos dizer que recentemente houve uma decisiva mudança neste contexto com o surgimento dos relatórios anuais elaborados pelo projeto *Latitude*, que nos últimos anos tem fornecido pela primeira vez no país, dados quantitativos sobre o mercado de arte brasileiro.

Fora do país, embora também exista uma certa relutância em abordar a arte sob perspectiva econômica, é possível acessar uma extensa bibliografia, tanto sobre o mercado propriamente dito, quanto sobre as transformações no campo artístico dos últimos anos. Acompanhando as referências bibliográficas, existem diversas plataformas online, tais como *Artprice* e *Artnet*, que disponibilizam indicadores e relatórios sobre o mercado, essas ferramentas permitem acompanhar a evolução de preços de obras e carreiras de artistas, assim como, acompanhar quais países estão presentes de forma mais significativa no mercado.

Há também um consistente número de publicações que dão respaldo e funcionam como termômetro do mercado e do sistema. Todos estes instrumentos de-

monstram um campo artístico dinâmico e consolidado em contraste ao contexto brasileiro. Nos primórdios da pesquisa, acompanhar estes dados foi importante tanto no sentido de localizar o país neste contexto artístico global, como também entender suas reais dimensões em contraste ao entusiasmo geralmente propagado pela imprensa.

Um segundo momento importante para pesquisa foi concretizado com a possibilidade do trabalho diário numa das maiores galerias do país⁴. A experiência de estar em contato direto com as dinâmicas específicas deste ambiente solucionou muitas dúvidas de pesquisa e possibilitou o acesso a informações, que embora não fossem confidenciais, de outro modo, estariam raramente disponíveis a um pesquisador independente.

Em 2010, ano em que o trabalho de campo foi desenvolvido, o mercado de arte brasileiro vivia um momento de grande desenvolvimento, o volume de vendas expandia a dimensão de negócios e a circulação internacional de muitas galerias, o que então proporcionou uma significativa ampliação de seus funcionários.

Acompanhando a discussão que se desenvolveu na imprensa da época um dos principais interesses da pesquisa naquele momento era entender qual seria o real volume de negócios internacionais ou a projeção da arte contemporânea brasileira fora do país. A experiência de trabalho logo demonstrou-se frutífera, já que rapidamente foi possível constatar que apesar da intensa circulação e crescente respeitabilidade internacional, as vendas da galeria, e deste modo, sua manutenção como negócio, estavam absolutamente fixadas em território nacional. Posteriormente, com o surgimento das pesquisas elaboradas pelo projeto *Latitude*, viria-se a confirmar com dados quantitativos, o que foi constatado de maneira qualitativa com a experiência de trabalho diário.

O sociólogo holandês Olav Velthuis, em seu estudo sobre o mercado de arte internacional ressalta a constante relutância encontrada entre seus entrevistados

⁴ No ano de 2010 trabalhei como assessora de imprensa numa das maiores galerias paulistas. Embora neste momento a pesquisa ainda estivesse em seu estágio inicial, a atividade de trabalho foi desenvolvida como um trabalho de campo, através desta experiência foi possível conhecer as dinâmicas e práticas do dia a dia de trabalho do mercado de arte, o que foi imprescindível para solução de muitas questões de pesquisa.

sempre que buscava abordar aspectos econômicos do mercado de arte (Velthuis, 2005 p.1). Num contexto diferente, os mesmos problemas de pesquisa se reproduziam aqui, em diversas tentativas de entrevistas com artistas e galeristas, abordar a construção do valor parecia ser uma tarefa intransponível.

Ao construir sua análise sobre a economia dos sistemas simbólicos Pierre Bourdieu classifica o comércio de arte como um comércio que pertence à classe de práticas em que sobrevive uma lógica pré-capitalista, isto é, se trata de uma economia fundada sob um constante recalque do interessante econômico (Bourdieu, 2001 p.19).

Bourdieu utiliza o conceito de denegação da economia para classificar este tipo de operação que consiste a curto prazo numa recusa do interesse econômico, que então convertido em capital simbólico poderá no futuro se transformar em ganhos efetivamente econômicos. A discussão será desenvolvida no capítulo 1 e demonstra por que a economia clássica encontra dificuldades para explicar o funcionamento do mercado de arte, enquanto a economia dos bens simbólicos se mostra um modelo mais adequado para dar conta do objeto.

Metodologia de pesquisa

Levando em consideração o que foi discutido até aqui, podemos dizer que o foco do presente estudo não está voltado para construir perfis de artistas ou curadores, não se trata também de uma etnografia sobre os bastidores do mundo da arte; muito menos pretende ser um trabalho de gerenciamento cultural, interessado em debater o destino de verbas públicas para o campo artístico. O presente trabalho é um estudo exploratório sobre o modo como o mercado de arte se organiza.

A experiência de trabalho de campo, somada às leituras e análises das características gerais do mercado de arte pensado em termos globais contribuíram para que, aos poucos, fosse possível constatar estratégias de ações sistêmicas no mercado como um todo. Isto significa dizer que, em linhas gerais, o mercado de arte tende a utilizar as mesmas estratégias de

ações. Deste modo, longe de configurar-se como um território sem regras, o mercado de arte pensado em termos globais está organizado em torno de uma série de mecanismos encontramos em diferentes contextos nacionais.

Levando em consideração a discussão desenvolvida até aqui é preciso ter em mente que a presente pesquisa se inicia, sobretudo com um interesse voltado à análise dos efeitos do crescimento do mercado sobre o campo artístico. Neste primeiro momento, o foco do estudo tendia a se concentrar nas possíveis transformações que o crescimento do mercado de arte teria imposto ao campo artístico brasileiro, tais como: o novo balanço de forças produzido entre seus agentes, o surgimento de novos intermediários, a mudança do papel de instituições, o papel do artista enquanto trabalhador, etc.

Progressivamente, o foco da análise passa a ser o mercado propriamente dito, sobretudo pensado em termos globais e no qual o mercado brasileiro estaria inserido como um segmento de importância menor.

A decisão por tal enfoque leva em consideração uma série de fatores constatados ao longo da pesquisa. Em relação ao recorte foi possível perceber, que não havia diferenças estruturais profundas no modo como o mercado de arte funcionava em escalas maiores, em países como Estados Unidos, por exemplo, ou em escalas menores e com grau de relevância internacional reduzida, como no caso do Brasil.

Tanto aqui, quanto no mercado americano ou inglês, existe uma série de princípios que orientam o funcionamento do mercado contemporâneo como um todo. Dito de outro modo, considerando alguns exemplos, podemos dizer que tanto aqui, quanto lá fora, o modo utilizado pelos galeristas para precificar as obras é o mesmo, assim como, as estratégias usadas pelo mercado primário para controlar possíveis vendas prejudiciais do mercado secundário também se repetem. Até mesmo as relações fortemente pessoalizadas e baseadas em contratos verbais, típicas do modo como o público e privado se estabelecem e se mesclam no Brasil, se mostraram como características comuns do mercado de arte contemporânea como um todo, permeando as relações tanto entre colecionadores e galeristas, quanto entre artistas e galeristas em toda parte.

Assim, ao invés de optar pelo caminho tradicional geralmente utilizado por parte da bibliografia disponível no país, optando pela estratégia de voltar à história do mercado ou do campo artístico brasileiro para tentar entender o que acontece hoje, parecia fazer mais sentido posicionar o país dentro do panorama do mercado internacional atual, para a partir daí elaborar algumas considerações sobre o contexto local.

A história do mercado de arte brasileiro é marcada por ciclos de descontinuidade. O mercado da década de 1970, por exemplo, dada a escala ou contexto histórico, guarda pouca semelhança com o período atual e deste modo pouco poderia esclarecer sobre a situação presente.

A aposta em se remeter ao mercado internacional para localizar o lugar do Brasil neste contexto parece ter sido produtiva. Ao explicar as características do mercado contemporâneo no capítulo 2, podemos perceber diversas características comuns e também o lugar que o país ocupa antes mesmo de abordá-lo diretamente no fim do capítulo.

Em relação ao referencial teórico, a pesquisa está em grande parte fundamentada na sociologia dos sistemas simbólicos desenvolvida por Pierre Bourdieu para análise dos campos sociais como estruturas relativamente autônomas. Os conceitos desenvolvidos pelo autor são utilizados no sentido de dar sustentação à análise do contexto investigado.

Organização dos capítulos

O primeiro capítulo da dissertação é dedicado a explicar o que torna o mercado de arte um segmento tão singular e o que o distingue de outros circuitos comerciais. Discutimos por que a economia clássica durante tanto tempo ignorou ou encontra dificuldades em explicar tal fenômeno. Por fim, partindo dos pressupostos teóricos de Pierre Bourdieu discutimos como o mercado de arte está assentado sob uma dupla lógica, que o distancia de outras formas de comércio e o que isto significa.

No capítulo 2, traçamos um panorama geral do funcionamento do mercado contemporâneo, analisamos brevemente sua história e sua relação com o mercado financeiro. Discutimos os diversos segmentos e mostramos por que o mercado de arte não deve ser pensado com uma entidade única. Discutimos o que significa dizer que o sistema de arte hoje funciona em termos mundializados e as possíveis falácias desta abordagem. Posteriormente no fim do capítulo, nos concentramos nas características e dimensões do mercado de arte brasileiro atual e o espaço que ocupa no mercado internacional como um todo.

No capítulo 3 exploramos a construção do valor. Discutimos a diferença entre valor comercial e valor simbólico, como os preços das obras são estabelecidos, as diferenças nos modos de precificar entre o mercado primário e o mercado secundário e o valor que carregam.

Capítulo 1. A economia excepcional das artes

Ao visitar uma galeria de arte, seja em Nova York, São Paulo ou Londres, é possível encontrar uma série de características comuns tanto na disposição do espaço físico, como na dinâmica de como estes negócios tendem a ser geridos.

Em primeiro lugar, devemos considerar a posição geográfica onde as galerias costumam estar localizadas dentro das cidades. Na maior parte dos casos é possível perceber que as galerias estão geralmente afastadas de bairros comerciais ou das zonas de tráfico intenso. Em Nova York, assim como em outras grandes metrópoles onde o mercado de arte floresceu ao longo do século XX é comum que o comércio de galerias esteja concentrado numa área específica da cidade⁵.

A localização, deste modo, longe de ser um fator irrelevante, geralmente contribui para adicionar uma carga de prestígio ao comércio de um modo geral, favorecendo que algumas galerias sejam consideradas inovadoras, por estarem localizados numa área da cidade ainda pouca explorada pelo comércio de arte, ou reconhecidas como tradicionais, à medida que permanecem fiéis ao bairro onde surgiram.

Além da posição geográfica, o mercado de arte é caracterizado por um tipo específico de arquitetura. Neste sentido, tanto o espaço externo, quanto a disposição interna das galerias segue um determinado modelo. Geralmente, a entrada costuma ser discreta, havendo pouca indicação de que se trata de uma galeria de arte, não há grandes letreiros e muitas funcionam a portas fechadas. A entrada geralmente é pouco convidativa, ou parece se tratar de um ambiente restrito.

⁵ No caso brasileiro, considerando a cidade de São Paulo, onde o comércio está concentrado de forma mais intensa, notamos algumas peculiaridades em relação à concentração geográfica. De acordo com Durand (Durand 1989 p.190), na década de 1950 as galerias estavam concentradas na região central da cidade, a partir de 1960 ocorre um sensível deslocamento geográfico e o comércio de arte passa a migrar da região central para trechos da Rua Augusta e Rua Estados Unidos áreas então consideradas mais nobres e ao mesmo tempo afastadas do comércio em geral. Até o final do século XX algumas galerias ainda se concentravam nesta parte da cidade. Hoje, o comércio de arte em São Paulo não está concentrado em uma área específica da cidade, ao contrário do que acontece nas grandes metrópoles do mundo. A dispersão das galerias, não é uma questão ignorada pelos galeristas, ela motiva frequentes discussões no meio, sendo considerada um fator que tem peso negativo para o comércio de arte paulista.

No interior da galeria é possível haver uma ou mais exposições em cartaz. A disposição física do lugar é geralmente caracterizada pelo minimalismo e austeridade; poucos móveis, paredes brancas, piso de concreto e luz adequada para ressaltar as obras. Embora os trabalhos expostos estejam à venda, não há nenhuma indicação de preço facilmente acessível; pelo contrário, caso um visitante tenha interesse em saber o valor de alguma obra é provável que enfrente um certo constrangimento e que um funcionário da galeria responda que a obra já tenha sido vendida ou está não acessível à venda⁶.

A arquitetura das galerias possui uma uniformidade que impressiona, já que o mesmo tipo de disposição pode ser encontrada em qualquer parte do mundo. O cubo branco minimalista dentro do qual o comércio de arte se desenvolve se assemelha tanto ao espaço intocado dos museus, quanto a espaços voltados para o comércio de objetos exclusivos e de luxo. Deste modo, o espaço da galeria pode ser visto tanto como um ambiente neutro, que permite a fruição das obras, quanto um espaço elitista voltado para a distinção (Velthuis, 2005, p.31).

O artista Brian O' Doherty, no icônico ensaio de 1976 intitulado "No Interior do Cubo Branco", descreve o espaço galeria da seguinte forma:

"Para muitos de nós, o recinto da galeria emana vibrações negativas quando caminhamos por ele. A estética é transformada num elitismo social - o espaço da galeria é exclusivo (...) Público exclusivo, objetos raros difíceis de entender - temos aí um esnobismo social, financeiro e intelectual que modela nosso modo de determinar valor, nossos costumes sociais como um todo. Nunca existiu um local feito para acomodar preconceitos e enaltecer a imagem da classe média alta, sistematizado com tanta eficiência" (O'Doherty, 2007 p.85).

⁶ Tanto Velthuis quanto Thompson discutem em seus livros o polêmico projeto de lei implantando na cidade de Nova York na década de 1980 que então passa a exigir que as galerias exibissem os preços nas obras expostas à venda. O projeto de lei causou protestos entre os galeristas que argumentavam que deste modo estariam sendo rebaixados ao comércio comum, quando na verdade as galerias não se tratam apenas de espaços comerciais, mas de espaços culturais, abertos ao público em geral. Os galeristas que se recusaram a exibir os preços das obras foram obrigados a pagar vultosas multas. Porém diante da pressão social dos comerciantes a lei rapidamente deixa de existir e o comércio e arte volta a ser caracterizado pelo seu aspecto sigiloso. (Velthuis, 2005 p.32), (Thompson, 2008).

A discussão de O'Doherty faz parte de um contexto específico dos anos 1970, no qual os artistas estavam refletindo sobre os limites impostos, tanto pelos espaços institucionais, quanto pelos espaços comerciais das galerias. Para os nossos propósitos, não cabe aqui fazer um julgamento normativo deste comércio, levando em consideração se representam de fato espaços intimidadores e exclusivos ou neutros, permitindo a fruição da arte. Interessa aqui entender como o cubo branco se constitui em oposição a outros espaços dentro da galeria, principalmente “a sala dos fundos” espaço onde o comércio se desenvolve diariamente (Velthuis, 2005 p.33)

Neste sentido, podemos dizer que o espaço da galeria está dividido basicamente em dois ambientes, que são ao mesmo tempo antagônicos e complementares. Enquanto a parte da frente tende a se assemelhar a um museu, há em contraste ao espaço imaculado de exposição, um outro espaço onde a parte comercial se desenvolve, tais ambientes normalmente não estão facilmente visíveis para o público que visita as galerias. Nestes espaços, os funcionários desenvolvem suas atividades diárias que incluem não apenas questões relacionadas às vendas, mas atividades de assessoria de imprensa, logística ou arquivo. (Idem/Ibidem p. 35)

Enquanto a arquitetura da galeria é concebida para afastar a ideia de comércio e aproxima-la da concepção de espaço cultural, os galeristas em si buscam construir uma imagem pública de si mesmos como figuras inovadoras e não convencionais, e de fato a história da arte moderna e contemporânea está repleta de narrativas sobre o papel dos comerciantes de arte que em muitos casos dividem com os artistas o mesmo espaço de importância na mitologia do sistema artístico.

Vindo de diferentes carreiras ou experiências sociais, cada galerista busca construir sua estratégia de negócios e estabelecer seu próprio nicho de clientes. Além de serem responsáveis por representar e produzir exposições de seus artistas, os galeristas, precisam claramente ter noções comerciais que possibilitem a manutenção de seu espaço enquanto um empreendimento economicamente estável.

Contudo, assim como os seus espaços físicos, as narrativas dos comerciantes de arte tendem a priorizar o aspecto criativo e artístico de seus empreendimentos, enquanto o caráter econômico dos negócios jamais é claramente abordado.

Deste modo, existe uma clara separação entre arte e comércio, que se faz presente no cotidiano de trabalho, nas narrativas que seus próprios agentes constroem sobre o mercado e que também está presente em como tais espaços físicos são dispostos.

O comércio de arte constitui-se num dos tipos de comércios menos regulados e menos transparentes que conhecemos, seu funcionamento parece estar marcado pela falta de sentido e muitas vezes pelo oportunismo. Porém é justamente a excepcionalidade deste mercado, movido por dois tipos de lógicas contraditórias (a lógica do mundo da arte e a lógica econômica) que o torna tão intrigante do ponto de vista sociológico.

O modo altamente ritualizado como a economia da arte se desenrola não se trata de uma camuflagem cultural para suas práticas econômicas, pelo contrário, é de fato o sentido estrutural de como o campo funciona. (Bourdieu, 2001, p. 21)

Desta forma, é preciso analisar como os agentes conduzem seus negócios, como representam a si mesmos, como legitimam suas ações, delimitando no dia a dia de suas práticas o que é considerado moralmente aceito e o que ultrapassa tais limites. Conforme discute Pierre Bourdieu, em sua economia dos bens simbólicos, para acessar o sentido dessas práticas é necessário entender que o campo cultural, como campo relativamente autônomo (ao mesmo tempo significativamente dependente do campo econômico e do campo político) possui uma lógica específica de funcionamento que está assentada numa economia que tende a funcionar às avessas (Bourdieu, 1996 p.162).

O campo cultural, neste sentido, é o ambiente para a coexistência de dois modos de produção e circulação distintos. Em um pólo se estabelece a economia anti-econômica da “arte pura” ou “arte pela arte” baseada nos valores de desinteresse econômico e na negação da economia. Neste tipo de produção, os ganhos estão voltados para o acúmulo de capital simbólico, que a longo prazo, tendem a ser revertidos em capital econômico. No outro pólo, habitam as indústrias culturais, cuja lógica de comércio não faz distinção entre bens culturais ou qualquer outro tipo de empreendimento comercial. Neste contexto, prioriza-se a difusão, o sucesso imedia-

to e temporário, os ganhos econômicos podem ser instantâneos, porém carregam menos de capital simbólico. (Idem/Ibidem p.163)

Temos assim, um ciclo de produção curta, cuja circulação acelerada, está voltada para a produção de bens culturais com uma demanda assegurada e com baixos riscos de investimentos e um ciclo de produção longo, voltado para o futuro e baseado no risco de investimento num bem cultural cujo público pode ainda não existir.

Para Bourdieu (1996, p163), a duração do ciclo de produção constitui uma das melhores medidas da posição que um empreendimento cultural ocupa dentro do campo de produção cultural. Tal modelo por ser aplicado para explicar distintos empreendimentos culturais, seja a indústria literária, com empresas voltadas para a produção de best-sellers de baixa qualidade em contraposição às editoras que financiam obras de vanguarda, seja o mercado de arte propriamente dito.

Através dos ciclos de produção, constitui-se dentro do campo a divisão entre produção legítima recoberta de capital simbólico, e a produção ilegítima e sem valor no qual operam os empreendimentos puramente comerciais. A acumulação legítima se constitui no sentido de negação do interesse comercial imediato, o que permite a constituição de um nome e que se expressa no capital de consagração, na possibilidade de consagrar objetos, empreendimentos ou pessoas, ou seja, de conferir valor simbólico dentro do campo.

Assim, Bourdieu classifica o comércio de arte como um tipo de comércio pertencente às práticas das quais não se faz comércio, ou um comércio assentado numa economia invertida, que só se realiza mediante a negação do seu interesse propriamente econômico.

Se a denegação da economia é uma prática que está presente em todo tipo de empreendimento cultural, no mercado de arte ela parece se expressar de maneira ainda mais nítida. Ela pode ser percebida na recusa veemente em discutir os lucros econômicos, na separação física presente nos espaços das galerias, que buscam separar o produto cultural de seu aspecto de mercadoria e nas narrativas de seus comerciantes voltadas para enaltecer o aspecto de vanguarda do trabalho.

Os galeristas, por sua vez, parecem combinar de maneira inequívoca, o modelo ideal de empresário cultural, como descreve Bourdieu, aquele capaz de reunir numa combinação improvável, o realismo necessário para o sucesso de um empreendimento econômico, aliado à convicção desinteressada capaz de produzir o capital simbólico exigido pelo campo.

De todo modo é preciso ter em mente que a denegação da economia não se trata de uma simples dissimulação dos aspectos mercantis das práticas culturais. Como discute Bourdieu (2001, p.30), ela só pode funcionar, e deste modo consequentemente reverter-se em capital econômico a longo prazo, à medida que se estabelece como crença. Cada campo produz seu próprio conjunto de crenças, nos termos de Bourdieu; cada campo possui sua própria *illusio*.

Cada campo, seja religioso, artístico, ou científico, produz suas regras específicas, ao mesmo tempo, impõe práticas e representações baseadas numa forma particular de crença que se constituiu em algum momento no campo, durante seu processo de autonomização.

Dentro do campo estabelece-se uma luta constante entre seus agentes pela definição do que pode ser considerado como um modo de produção legítimo. Tais distinções movimentam (e também dividem) os agentes, essas lutas contribuem para perpetuar a crença no jogo, evidenciando que tal jogo vale a pena ser jogado.

Quanto mais autônomo um campo, mais fará referência às suas próprias leis internas. Neste sentido, o campo cultural é tanto mais independente (do campo de poder e do campo econômico) enquanto não estiver submetido às exigências externas da busca pelo lucro imediato, por exemplo.

A distribuição geográfica dos empreendimentos culturais que se dá no espaço urbano, é também uma expressão visível da distribuição que acontece dentro do campo, e que opõe agentes legítimos e ilegítimos de forma clara (Bourdieu, 2001, p.38). É desta forma que os comerciantes de arte instauram-se no campo cultural e adquirem prestígio social, seja, por exemplo, como agentes de vanguarda escolhendo um lugar inusitado da cidade para empreenderem seus comércios, seja como agentes tradicionais, permanecendo longos anos no mesmo endereço.

No mercado de arte propriamente dito, a distinção entre comércio legítimo e empreendimento vulgar se manifesta de diferentes modos. Em primeiro lugar, se manifesta numa separação nítida entre galerias de vanguarda e espaços comerciais, e também está presente no modo como as vendas se realizam, sobretudo na divisão existente dentro do campo entre mercado de arte primário e mercado secundário, ou seja, entre galerias e casas de leilões.

Embora alguns galeristas atuem simultaneamente nos dois mercados, a prática não se realiza sem um certo constrangimento, ou sem que haja uma justificação para isso, como discutiremos em outros capítulos. Isso se dá claramente em função da relação com o tempo de produção que se estabelece entre os dois circuitos. Já que as galerias estão voltadas para ganhos que se consolidarão a longo prazo e que se expressam no investimento na carreira dos artistas, enquanto, os leilões, por outro lado, estreitam a relação entre arte e dinheiro, expondo de modo mais direto o aspecto de mercadoria das obras de arte (Velthuis, 2005 p.37).

O mercado de arte primário em contraposição às casas de leilões é visto segundo a narrativa de seus próprios agentes, como um comércio que não procura clientes, mas cria uma estrutura necessária (através do poder de consagração) para que os clientes venham até eles. Mesmo no mercado secundário, onde as regras do sistema artístico parecem mais frouxas e a relação com lucro mais óbvia, existem restrições que regulam o mercado e buscam dar legitimidade as ações.

A oposição entre o sagrado do mundo da arte e o profano mundo do comércio se estende no mercado de arte para além do espaço físico ou do modo de vender, há também uma distinção nítida entre os motivos para aquisição de uma obra, que podem ser considerados corretos ou infames.

Enquanto os estudos de viés econômico tendam a considerar que os motivos para aquisição de obras de arte estariam relacionados ao seu valor enquanto investimento, no campo artístico; os comerciantes de artes dividem seus clientes entre aqueles que adquirem obras por bons e por maus motivos.

Colecionadores que adquirem as obras por motivos corretos são aqueles que não tem interesse de revendê-las, principalmente são aqueles que doam obras para museus, ou os que fundam seus próprios museus, são aqueles que constituem rela-

ções dentro do sistema artístico, mostrando desta forma seu amor pela arte. Em contraposição, a maneira errada de comprar arte seriam as compras voltada para especulação, lucro ou revenda. Ou seja, todas as formas de compra que aproximam a obra de arte de sua relação com o dinheiro.

Capítulo 2. Características do mercado de arte contemporânea

Conforme já discutido de maneira abreviada na introdução, o mercado de arte contemporânea apresenta uma série de características gerais que podem ser encontradas em diferentes versões em cada país. Embora a dimensão e solidez da estrutura possa variar, levando em consideração determinados contextos nacionais, as características gerais do mercado permanecem as mesmas.

Antes de analisarmos tais características, é importante estabelecer alguns referenciais históricos sobre o mercado de arte e sobre sua versão contemporânea.

1.1 Mercado de arte: Uma breve história e seus principais protagonistas

Uma breve revisão da história do mercado de arte mostra que embora os centros geográficos do comércio internacional de arte venham mudando ao longo da história, muitos dos fundamentos que ajudaram a estabelecer o mercado da arte moderno e contribuíram para o seu fluxo e infraestrutura estão presentes no mercado atual.

Muitos historiadores consideram o período pós-revolução industrial como um marco do nascimento do mercado de arte moderno e consequentemente de sua versão como conhecemos hoje. Durante os séculos XVIII e XIX a Grã-Bretanha e a França emergiram como os principais centros de comércio. O mercado de arte britânico expandiu-se durante a segunda metade do século XVIII e as principais grandes casas de leilão que conhecemos hoje, como Christie's (1766) e Sotheby's (1744) surgiram neste momento (Mc Andrew, 2010 p.2).

No início do século XX, a partir dos anos 1920 e 1930, é possível começar a notar a presença americana no mercado de arte internacional, sobretudo, a princípio, como consumidora de pinturas dos grandes mestres europeus. Neste momento, há um grande interesse americano em dotar seus grandes centros urbanos de instrumentos culturais semelhantes aos encontrados nas capitais européias.

Já nos anos 1960 e 1970, considerados marcos da transição da arte moderna para contemporânea, os Estados Unidos se estabelecem definitivamente como um dos principais centros do mercado de arte mundial, seguido, posteriormente pela Inglaterra.

Ao longo da década de 1970, os dois países passam a ter papéis de atuação mais definidos dentro do mercado. Nova Iorque, como capital americana do mercado de arte, estará voltada para o comércio de arte contemporânea, impressionista e pós-impressionista. Enquanto Londres, fingurando como capital do mercado de arte europeu, será o centro internacional de antigos mestres, arte do século dezoito e antiguidades asiáticas (Idem/Ibidem, p.3).

A partir dos anos 1980, o mercado de arte passa a se expandir internacionalmente especialmente nos setores de arte moderna e contemporânea, o período é marcado pelo surgimento de especuladores, clientes corporativos e preços recordes de leilão, o aquecimento é resultado em grande parte do surgimento dos colecionadores japoneses, que diante de uma economia fortalecida começam adquirir principalmente obras dos artistas impressionistas (Moulin, 2007, p.40)

As compras realizadas pelos investidores japoneses do período tinham um forte caráter especulativo. Os investidores submetiam as obras às sucessivas revendas, contribuindo para extrema flutuação de preços. No auge da bolha, em 1990, a obra *Retrato do Dr. Gachet*, de Van Gogh, foi vendida para um colecionador japonês por um preço recorde de 82,5 milhões de dólares na Christie's de New York e ainda hoje a pintura é considerada como uma das obras mais caras já vendidas na história do mercado, representando a extrema euforia deste período (Idem/Ibidem p.40)

1.2 Estrutura atual do mercado de arte contemporânea

O século XXI tem testemunhado um crescimento incomparável no mercado internacional de arte. A expansão se desenrolou principalmente nos primeiros anos

do século, atingindo seu ápice por volta de 2007. Com o surgimento da crise mundial no ano de 2008, o mercado sofreu uma forte queda, chegando a atingir um dos índices mais baixos de venda desde os anos de 1990 (Mc Andrew, 2010, p.5).

Figura 1. Mapa do mercado de arte atual - porcentagem de consumo por país⁷

Atualmente o mercado de arte continua a ser liderado pelos Estados Unidos e Inglaterra que juntos representaram mais da metade do comércio global de arte como demonstra o mapa da distribuição de vendas (Figura 1).

A grande transformação ocorrida a partir dos anos 2000 é o surgimento da China que desde então tem se tornado um personagem central do mercado de arte internacional. Nos últimos anos o país chegou a ultrapassar os Estados Unidos, ocupando por quatro anos consecutivos o primeiro lugar em vendas, empurrando para posições mais baixas tradicionais países europeus como França e Alemanha. O surgimento da China como um importante mercado de arte internacional abriu espaço para outros países conhecidos como economias emergentes como Índia, Rússia, Oriente Médio e demais grandes economias asiáticas.

Até 1986 os leilões de arte eram proibidos na China, ao longo dos anos 1990, ocorreram diversas tentativas fracassadas realizadas por casas de leilões e colecionadores ocidentais de impulsionar a venda de arte contemporânea chinesa, mas neste momento o interesse em relação à arte chinesa ainda estava voltado pa-

⁷Fonte: The Art Market Report 2015. Disponível em: <http://www.artprice.com/artmarketinsight/reports>. Acessado em: 12.07.2016

ra seus artistas modernos. Antes do início do século XXI haviam pouco negociantes no país e muitos trabalhos podiam ser adquiridos diretamente nos estúdios dos artistas. Ao longo dos anos 2000 o sistema artístico se desenvolveu rapidamente, estruturas institucionais e um mercado de galerias voltado para arte contemporânea surgiu num curto espaço de tempo em zonas exclusivas das cidades de Pequim e Xangai. Os colecionadores chineses aderiram tardiamente a cena, sendo este mercado em grande parte impulsionado por forças externas (ROBERTSON, 2008, p.83).

É importante notar que, como ocorreu nos Estados Unidos no início do século XX, os chineses num primeiro momento figuram no mercado de arte principalmente como ávidos consumidores de arte ocidental, se voltando para a arte contemporânea produzida em seu próprio país posteriormente, quando ela passa a chamar atenção da crítica internacional e dos colecionadores estrangeiros.

Hoje os artistas chineses contemporâneos têm bastante presença nos leilões internacionais, sendo que no ano de 2015, 17 deles ocupavam posições importantes no ranking dos 50 artistas mais vendidos no mundo. Depois dos artistas americanos, os artistas chineses estão em segundo lugar como os mais bem representados no mercado de leilões de arte contemporânea, conforme pode ser analisado na figura 2 e 3.

Figura 2. Vendas de leilões de arte contemporânea por nacionalidade de artista

CHINESE ARTISTS IN THE WORLD TOP 50
CONTEMPORARY ART AUCTION JULY 2014 – JUNE 2015

Artist	Rank	New 2014/2015 record, including buyer's premium
ZENG Fanzhi (1964)	6th	
ZHU Xinjian (1953-2014)	8th	\$1 million: <i>The Wasteland</i> , Xiling Yinshe Auction, Hangzhou, 13 Dec. 2014
ZHOU Chunya (1955)	14th	
LIU Wei (1965)	20th	\$3.3 million: <i>Self portrait</i> , Poly International, Beijing, 30 Nov. 2014
FANG Lijun (1963)	21st	\$7.6 million: <i>Series 2 No. 4</i> , Sotheby's, Hong Kong, 5 Oct. 2014
AI Weiwei (1957)	23th	\$5.4 million: <i>Circle of Animals/Zodiac Heads</i> , Phillips, London, 29 June 2015
LIU Xiaodong (1963)	24th	\$8.5 million: <i>Disobeying the Rules</i> , Sotheby's, Hong Kong, 5 Oct. 2014
YANG Yan (1958)	25th	\$10.7 million: <i>Essays on Huang mountain</i> , Beijing Jiuge, Beijing, 16 Dec. 2014
LIU Dawei (1945)	29th	
XU Lei (1963)	35th	\$2.9 million: <i>Rainbow Stone</i> , China Guardian, Beijing, 20 Nov. 2014
CHEN Yifei (1946-2005)	37th	
JIA Aili (1979)	38th	\$1.7 million: <i>Good Morning, World</i> , Sotheby's, Hong Kong, 4 April 2015
SHI Guoliang (1956)	39th	
FANG Chuxiong (1950)	43rd	\$529,000: <i>Birds</i> , Holly International, Guangzhou, 24 May 2015
WANG Mingming (1952)	44th	
LUO Zhongli (1948)	49th	
ZHANG Xiaogang (1958)	50th	

© ARTPRICE.COM

Figura 3. Artistas chineses no ranking dos 50 artistas mais vendido⁸

⁸ Fonte figuras 2 e 3: The Art Market Report 2015. Disponível em: <http://www.artprice.com/artmarketinsight/reports>. Acessado em: 12.07.2016.

Recentemente o comércio de arte na China sofreu uma forte retração. De acordo com o último relatório elaborado pela *Artprice*⁹, as causas estão relacionadas a fatores exógenos ao campo artístico, sobretudo políticos e econômicos próprios do país, tais como uma desaceleração do crescimento econômico local, que chegou a atingir seu nível mais baixo em 25 anos no final de 2014. Também pode ser considerada a ausência de claras definições legais relacionadas ao comércio de bens de luxo e de arte de forma geral e por fim uma drástica movimentação anticorrupção realizada pelo presidente Xi Jinping, contribuindo assim para paralisar temporariamente as compras de arte no país.

Conforme analisa Velthuis (2011, p.190) apesar de integrado ao sistema de arte internacional, o caráter especulativo e hedonista do mercado de arte chinês apresenta certas dificuldades para ser enquadrado no mercado de arte ocidental como um todo. Na China, ao contrário do que acontece no ocidente, o mercado secundário, representado pelas casas de leilões, não é considerado um espaço inapropriado para a arte contemporânea, muito menos, os altos valores alcançados pelos jovens artistas neste segmento são considerados indecentes.

Segundo o autor, neste contexto, o conceito chave de denegação da economia, utilizado por Bourdieu para caracterizar o mercado de arte de forma geral, parece oferecer menos sentido. Com a contínua liberação da economia nos últimos anos, a cultura da ostentação se desenvolveu rapidamente no país, o que contribuiu para que as vendas públicas de arte, ao contrário das vendas efetuadas em galerias, tenham se tornado o espaço central onde acontecem os negócios de arte no país (Idem/ Ibidem p.191).

Os especialistas do mercado sugerem que os artistas contemporâneos chineses devem continuar sua escalada de ascensão, provavelmente de forma mais moderada nos próximos anos, e que o mercado de arte chinês não corre risco de se desfazer. Para além das previsões otimistas projetadas pelo próprio mercado visando construir um aspecto de confiabilidade para acalmar o ânimo de seus investido-

⁹ Segundo o relatório entre o período de julho de 2014 a julho de 2015 o mercado de arte chinês movimentou \$542 milhões de dólares, o que significa um reverso de (-36,9%) comparado ao ano anterior que teria movimentado \$860 milhões de dólares. The Contemporary Art Market Report 2015. p. 12. Disponível em: www.artprice.com. Acessado em: 10/05/2016.

res, é possível discutir que o mercado de arte chinês apresenta uma série de características específicas que dificultam projeções mais amplas sobre seu futuro a longo prazo.

Para além das peculiaridades do mercado chinês, o mercado internacional de arte hoje analisado em números a partir dos dados do relatório *Artprice*, (período Julho 2014/ julho 2015), demonstra ser um espaço altamente concentrado. O movimento global é conduzido por poucos países e um número reduzido de compradores¹⁰ que adquirem obras de uma fatia ínfima de artistas considerados superstars internacionais.

De acordo com o relatório, neste período analisado, teriam sido vendidas 55.400 obras, 91% destes números gerados pelos três principais protagonistas do mercado: Estados Unidos, Inglaterra, China. Nos Estados Unidos as vendas estão concentradas principalmente na cidade de Nova Iorque que representa 36% das vendas globais. Na Inglaterra, clássico ambiente onde se desenvolveram as casas de leilões, o mesmo se procede, estando as vendas concentradas apenas em Londres, onde 99% do comércio inglês é realizado.

Como indicam os dados, 68% da receita (1,2 bilhão de dólares) dos leilões de arte contemporânea é gerada pela venda de obras de 100 artistas, enquanto 18% dos negócios são gerados pela venda de obras de apenas três artistas. Mais especificamente no último ano; Jean Michel Basquiat, Christopher Wall e Jeff Koons. Os números demonstram que a receita gerada pela venda de obras destes três artistas teria sido dez vezes maior que a venda de obras de arte na França inteira, levando em consideração o mesmo período analisado.

Apesar de ocupar o quarto lugar no ranking mundial de vendas, a França tem uma presença ínfima no mercado de arte global contemporâneo. Como acontece em muitas outras capitais europeias, os artistas franceses tendem a migrar para Londres em busca de projeção, já que a cidade ocupa o papel de capital europeia tanto do mercado, quanto do campo artístico contemporâneo.

¹⁰ Segundo Clare Mc Andrew, presidente da consultoria irlandesa Art Economics, cerca de 100 compradores, movem 50% do mercado de arte. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/revista-exame/edicoes/1085/noticias/mundo-vive-boom-dos-leiloes-de-arte>. Acessado em: 30/08/2016.

Em relação ao tipo de obras vendidas, 61% delas são pinturas. Seguido por desenhos 17,4% e finalmente esculturas com 15, 3%.

Ainda de acordo com relatório elaborado pela *Artprice* a maioria das aquisições realizadas nos últimos anos estão principalmente voltadas para integrar os quadros dos novos museus em construção na Ásia e Oriente Médio, o que significa dizer que as obras, não estão sendo adquiridas para especulação, mas terão um destino definitivo e “nobre” nestas novas instituições museológicas¹¹.

¹¹ The Art Market Report 2015, p.8 Disponível em: <http://www.artprice.com/artmarketinsight/reports>. Acessado em: 12.07.2016.

Figura 4. Receita de leilões de arte contemporânea entre 2005 -2015¹²

Figura 5. Receita de leilões de arte contemporânea por mídia

¹² Fonte figuras 3 e 4: The Art Market Report 2015. Disponível em: <http://www.artprice.com/artmarketinsight/reports>. Acessado em: 12.07.2016.

1.3 Algumas considerações sobre os dados apresentados

Mercado de arte versus mercado financeiro

Observando a história do mercado de arte, é possível estabelecer uma forte correlação entre seus principais momentos de crescimento e queda com as flutuações do mercado financeiro e o crescimento das economias nacionais. O desenvolvimento de mercados de artes pressupõe a existência de um volume de capital excedente em circulação, assim como o desenvolvimento de um extrato de indivíduos que os economistas hoje denominam *HNWI (High Net Worth Individuals)*, indivíduos que possuem mais de 1 milhão de dólares disponíveis para investimento.

Em setembro de 2008, no mesmo dia em que o banco Lehman Brothers entrou em colapso, a casa de leilões Sotheby's realizou uma venda bem sucedida do então artista em ascensão Damien Hirst. Na época o fato foi apontado pela imprensa como uma prova da imunidade do mercado de arte em relação ao mercado financeiro, mas em questão de semanas foi possível constatar que a previsão otimista era equivocada: a crise econômica logo atingiu o mercado de arte levando-o a uma considerável queda nos anos seguintes.

Segundo Mc Andrew, muitos estudos demonstram que a arte contemporânea tende a ter maior correlação com os índices financeiros do que as obras de arte de artistas consagrados, ou seja, é possível afirmar que o mercado de contemporânea apresenta uma maior vocação especulativa e maior risco de investimento, sobretudo, devido à instabilidade referente ao seu valor (tanto simbólico, quanto econômico) (Mc Andrew, 2010 p.27).

Conforme discute Moulin (2007), o circuito de vendas relacionado ao mercado de arte contemporânea experimentou a partir dos anos de 1980 uma série de ciclos de recessão e crescimento, em grande parte acompanhando os movimentos do mercado financeiro de seu respectivo período.

Num primeiro momento que abrange os anos de 1987 a 1990 o mercado de arte contemporânea experimentou um explosivo crescimento em consequência, sobretudo do surgimento de uma série de novos investidores atraídos pelas altas da bolsa do período. Sem profundo envolvimento ou mesmo conhecimento do funcionamento do mercado de arte, tais investidores buscaram acelerar a circulação de obras provocando uma intensa alta de preços entre o valor da aquisição primária até suas sucessivas revendas no mercado.

A multiplicação de transações e os valores excessivamente altos alcançados por tais obras, muitas vezes, não beneficiaram os próprios artistas, que jamais tiveram acesso aos altos valores atingidos por suas obras.

A bolha especulativa criada neste momento sofreu uma reviravolta em 1990 acompanhando a recessão econômica e a tendência à baixa das ações do período. Os novos colecionadores de então, atingidos pela crise foram progressivamente se retirando do mercado artístico que neste momento sofreu uma substancial queda.

Um novo momento de crescimento vertiginoso será observado nos fins da década de 1990, o momento será marcado pela ascensão de uma nova geração de artistas britânicos e pelo surgimento do mega colecionador Charles Saatchi, que irá atuar tanto como descobridor de novos talentos e futuramente como galerista e manipulador do mercado¹³ (Moulin, 2007, p.45).

Já nas primeiras décadas do século XXI, o mercado de arte passou por dois momentos significados de recessão: o primeiro está relacionado ao momento que se segue ao atentado de 11 de setembro de 2001, e o segundo momento importante foi a crise de 2008, que teve fortes efeitos na economia americana.

Segundo Mc Andrew (2010, p.28) a última crise tem sido considerada por muitos especialistas apenas como um ajuste ao crescimento exagerado (ou bolha) experimentado nos anos anteriores.

¹³ Charles Saatchi passa a ser reconhecido internacionalmente no mundo da arte a partir da exposição *Sensation* em 1997, onde expõe na Royal Academy of Art em Londres 122 obras de jovens artistas ingleses parte de sua coleção. A exposição causou polêmica na época pelo conteúdo erótico e violento de muitos trabalhos. Foi também um grande sucesso de público e um marco de uma nova era, trazendo a tona uma série de artistas como Damien Hirst e Tracy Emin que depois se tornariam grandes sucessos do mercado.

Entre a bibliografia especializada, não há um consenso a respeito do fato de o mercado ser regulado por movimentos cíclicos de queda e ascensão. De qualquer forma, analisando a história do mercado é possível observar que após cada período de bolha especulativa segue-se um período de maior prudência, os valores são estabilizados, são feitos menos investimentos de risco e apenas obras de artistas já consagrados tendem a ser adquiridas.

O significado dos índices

Quando analisamos o mercado de arte, é importante ter em mente que não estamos lidando com uma entidade homogênea. O mercado de arte é na verdade o nome dado à fusão de muitos submercados que são definidos por artistas, gêneros ou países e que muitas vezes se comportam de maneiras significativamente diferentes, apesar de sua estrutura geral similar.

Como discutiremos a seguir, uma análise detalhada do mercado requer estabelecer uma série de subdivisões. Uma das primeiras divisões possíveis a ser feita se dá entre o mercado arte antiga e o mercado de arte contemporânea. Dentro deste último, organiza-se outra divisão que diz respeito ao mercado de arte primário e ao mercado de arte secundário. Muitos dos problemas encontrados em diversas análises feitas a respeito do mercado de arte, estão relacionadas com fato de se ignorar tais segmentos ou subdivisões e se discutir o mercado como uma entidade única.

Outro fator importante a ser destacado é que grande parte da discussão a respeito do mercado tem como base os índices produzidos pelas diversas plataformas online existentes atualmente. *Artnet* e *Artprice* são exemplos deste tipo de plataformas que buscam produzir bancos de dados quantitativos e relatórios anuais, fornecendo preços de determinadas obras e o lugar que os artistas ocupam nos rankings de vendas, assim como classificações sobre os países onde o mercado de arte tem uma presença mais importante.

Sobre tais índices é necessário algumas considerações: em primeiro lugar é importante ter em mente que os dados quantitativos produzidos por estes relatórios

são em geral dados referentes a leilões públicos, eles representam a movimentação do mercado de revendas, mais conhecido como mercado secundário.

Devido à falta de transparência do mercado de arte pouco pode ser dito a respeito dos valores movimentados pelo mercado primário, representantes e intermediários dos artistas em primeira instância, ou seja, as galerias.

Mais adiante discutiremos a divisão estrutural entre mercado primário e mercado secundário e o papel de cada uma destas instâncias. Por enquanto, podemos dizer que levando em consideração esta divisão, é possível considerar que embora tais índices busquem construir uma imagem de objetividade e transparência, seus dados não representam uma completa descrição de como funciona o mercado, antes, eles funcionam como uma guia geral para avaliar tendências.

Voltados principalmente para investidores e colecionadores, é interessante perceber como tais índices tendem a produzir previsões otimistas, principalmente no que diz respeito à estabilidade do mercado ou sua perspectiva de lucratividade. Deste modo, em anos em que economia vai bem e o mercado experimenta uma extrema expansão, os relatórios tendem a destacar o fator como uma tendência consistente ao contrário de chamar atenção para uma possível bolha. Em anos em que mercado de arte apresenta valores negativos e retração, os dados dos relatórios tendem a localizar os aspectos positivos da década ou dos últimos cinco anos.

De qualquer modo, tanto o mercado secundário, quanto os relatórios produzidos parecem estar atentos a experiências pregressas de extrema euforia e queda e assim tem buscado cada vez mais se comportar e produzir informações que sejam legitimadas pelo campo artístico como um todo.

Analisando o último relatório *Artprice*, vemos a correlação que o documento buscou construir entre artistas destacados nos leilões e sua presença em exposições importantes nos principais museus internacionais, deixando a entender que o valor econômico das obras está embasado na reputação artística construída no campo.

A ascensão e queda do artista inglês Damien Hirst também é analisada no mesmo relatório. Conhecido em anos recentes, por burlar as regras do mercado e manipular os preços de suas obras contribuindo para criar um ambiente especulati-

vo em torno de sua produção, o artista é apresentado como um tipo de exemplo demonstrando que especulação e desgaste de credibilidade são componentes que andam juntos e devem ser evitados pelo mercado¹⁴.

Ao longo da última década, enquanto o mercado vivia seu ápice de crescimento, houve uma intensa discussão sobre seu futuro já que a linha divisória entre mercado primário e mercado secundário parecia indicar que o mercado de leilões chegaria a substituir definitivamente o mercado de galerias¹⁵. O fenômeno não ocorreu, pelo contrário, o mercado secundário e os bancos de dados a respeito dos leilões tem buscado respaldo no mercado primário, demonstrando que os segmentos são interdependentes e complementares, ambos buscam constante respaldo no sistema artístico no qual buscam para estabelecer suas ações.

¹⁴ The Art Market Report 2015. p.31. Disponível em: <http://www.artprice.com/artmarketinsight/reports>. Acessado em: 12.07.2016.

¹⁵ Carver, Antonia. Are Auctions Houses Moving onto Gallery Turf? Bildoun Magazine. 2008. Disponível em: <http://bidoun.org/articles/art-market-are-auction-houses-moving-onto-gallery-turf>. Acessado em: 10/05/2016.

1.4 Os segmentos que compõem o mercado

O mercado de arte é formado por uma série de segmentos e agentes com papéis de atuação e importância variada. Não há como discuti-lo sem levarmos em consideração esses elementos que compõem o espaço. Algumas distinções básicas são necessárias, Raymond Moulin que há anos vem se dedicando ao estudo do mercado, propõe uma primeira distinção básica separando o mercado em dois segmentos primordiais: o mercado de arte antiga e o mercado de arte contemporânea (Moulin, 2007).

No mercado de arte antiga ou classificada, as obras já fazem parte do patrimônio histórico e tendem a escassez e raridade. O mercado de arte antiga se diferencia do mercado de arte contemporânea principalmente no que diz respeito à raridade; de um lado a oferta é finita, de outro a raridade crescente. Obras deste gênero, geralmente já possuem seu valor assegurado pela história, deste modo, podem ser consideradas como aquisições financeiramente seguras. Embora sob estas obras também possa pesar a incerteza em relação ao valor, principalmente em relação a sua conservação e autenticidade, ela é bem menor do que no caso das obras de arte.

Segundo especialistas, a definição do que possa ser classificado como arte contemporânea não diz respeito a um critério estritamente cronológico, nem deve se confundir com a ideia de que se trata da produção dos artistas vivos. Por contemporânea costuma-se situar toda arte produzida a partir de meados dos anos 1960.

No mercado de arte contemporânea persiste uma forte incerteza em relação ao valor, seja ele econômico ou simbólico, isto é, seja em relação ao seu valor com obra de arte, como também, em relação ao seu preço. A história da arte comprova que não existe uma relação fixa entre o preço de obras de arte em qualquer momento presente e seu valor futuro. Deste modo, uma parte considerável do trabalho do campo artístico consiste em resolver coletivamente, através de suas inúmeras instâncias, (seja o mercado ou a institucional), a incerteza em relação ao valor (Quemin, 2014 p.13).

Posteriormente, no capítulo três discutiremos de maneira mais detalhada como o valor, seja ele econômico ou simbólico é construído e manejado no contexto da arte contemporânea. Por enquanto, podemos dizer que embora haja uma série de estratégias de controle e manutenção de valoração de uma obra ou carreira artística, elas estão sempre sucessíveis a especulações financeiras próprias do mercado.

Uma segunda categorização com intuito de facilitar a análise visa dividir o mercado em dois comércios distintos: o mercado primário, formado por galerias, artistas e colecionadores, e um mercado secundário, assentado na relação entre marchands/leiloeiros e colecionadores/proprietários.

O Mercado Primário

Podemos considerar o mercado de galerias um mercado altamente fragmentado, ele é dominado por algumas grandes empresas com peso econômico gigantesco que convivem lado a lado, com empresas menores e mais frágeis. O núcleo central de negócios é supostamente composto por cerca de quatro mil negociantes em todo o mundo que são responsáveis por 75% do volume de vendas (Mc Andrew, 2010, p.10).

Como já discutimos anteriormente, os Estados Unidos representam a maior fatia de negócios e Nova Iorque como principal capital do mercado artístico, concentra não apenas, as maiores galerias e o maior volume de negócios, mas também o maior número de colecionadores.

Galerias como a americana Gagosian, (a maior do mundo), ou a inglesa White Cube possuem dezenas de filiais e estão espalhadas em diversas cidades do mundo. Neste sentido, as galerias menores parecem cumprir o papel de disseminadoras de tendências e inovações que posteriormente serão recuperadas pelos grandes grupos. O mesmo diz respeito aos artistas oriundos de países que ocupam posições secundárias no mercado de arte, (como é o caso do Brasil). É comum que tendo construído uma carreira de sucesso dentro do seu próprio país, tais artistas

venham a integrar o quadro de alguma galeria dominante do mercado internacional (Quemin, 2014, p.24).

Embora seja comum existirem algumas associações entre os galeristas, principalmente no que diz respeito aos contextos nacionais, não há nenhuma regulação governamental ou regulamentação formal para tais empresas. Com o crescimento das feiras de arte ao longo das últimas décadas e com o surgimento das diversas bienais espalhadas pelo mundo, tornou-se uma prática frequente que tais galerias utilizem esses eventos como ponto de encontro e fechamento de negócios.

A circulação internacional se tornou uma política vital para muitas galerias, principalmente as de pequeno porte ou de países em posições intermediárias no mercado, tais eventos lhes proporcionam acesso a um vasto número de potenciais clientes ou dirigentes de importantes instituições internacionais e permitem que os galeristas realizem vendas fora do circuito nacional sem arcar com os custos da criação de instalações no exterior.

Nos Estados Unidos as galerias representam, em média, entre 10 a 20 artistas, (algumas grandes galerias que têm amplos recursos financeiros podem chegar a representar mais artistas, porém em geral este é o número comum). Ao longo do ano os galeristas promovem exposições de seus artistas e normalmente nestas exposições buscam fechar negócios futuros, dos quais recebem uma comissão. A maior parte das obras permanece em regime de consignação, alguns artistas recebem salários fixos ou adiantamentos para determinados projetos (Velthuis, 2005).

Leo Castelli, o emblemático galerista ítalo-americano dos anos 1960, conhecido por promover e impor como tendência os artistas americanos no continente europeu, principalmente os expressionistas abstratos e a Pop Art, foi um pioneiro em estabelecer um pagamento salarial para seus artistas, o formato inovador criado por Castelli visava garantir a permanência do artista sob sua supervisão, estabelecendo uma aliança de exclusividade¹⁶.

¹⁶ Leo Castelli procurou estabelecer-se como descobridor de talentos, jamais tendo contratado um artista que tivesse passado por outra galeria. Ao conhecer o artista Richard Serra, por exemplo, o galerista teria oferecido uma garantia salarial de três anos visando manter o trabalho do artista como exclusividade. Russel, John. "Leo Castelli, Influential Art Dealer dies at 91". New York Times.

Antes, durante ou depois da exposição caso uma venda venha a ser realizada, a galeria recebe uma comissão que na maioria dos casos diz respeito a 40% ou 50% do preço de venda. Algumas das obras que não são vendidas de imediato podem ser mantidas no inventário da galeria ou voltar para os cuidados do artista.

Alguns artistas trabalham com exclusividade para apenas uma galeria. Outros, no entanto, como discutimos anteriormente, estabelecem uma dupla ou tripla representação, sendo representados por uma galeria em seu país de origem e por outras galerias maiores, no contexto internacional. Representações simultâneas dentro do próprio país geralmente não acontecem.

Ao apresentar um novo artista no mercado, as galerias geralmente devem estar preparadas para um investimento cuja expectativa de retorno financeiro não será tão rápida. O alto custo para manutenção de um negócio deste tipo, aliado ao extenso período de crédito negativo que se segue da abertura até a estabilização da galeria no mercado, faz com que muitas delas não sobrevivam mais do que cinco anos após a sua inauguração (Thompson, 2008).

Para equilibrar suas finanças é comum principalmente nas mega galerias, que haja uma diversificação do perfil de artistas representados, enquanto alguma parte do investimento é perdido em novos artistas, outra parte é compensando com artistas consagrados.

É bastante comum nos dias de hoje que um artista já saia da universidade contratado por uma grande galeria, caso isso não acontece em dois ou três anos após a sua formação é provável que este artista desapareça do circuito artístico. Sem a representação de uma galeria, dificilmente ele receberá a devida atenção de alguma grande publicação da área ou terá possibilidade de participar de exposições importantes onde tem a chance de ser descoberto. Mesmo sendo representando por uma galeria, não há nenhum acordo previamente estabelecido de que esta galeria venha a investir massivamente na carreira deste artista. De acordo com Thompson (2008, p.43), dois em cada cinco artistas nunca mais serão exibidos, cinco anos após apresentarem sua primeira exposição numa galeria de grande porte.

É importante considerar que as galerias desempenham hoje uma série de funções que vão muito além da comercialização das obras de arte, suas atuações estendem-se no sentido de promover eventos, produzir publicações, financiar a produção de obras, organizar e catalogar tanto o material produzido pelo artista, como o produzido sobre o artista, e principalmente representar seus artistas tanto dentro no país, assim como no exterior.

Os galeristas trabalham em estreita colaboração com seus artistas e gerenciam profissionalmente a sua presença no mercado. Eles são responsáveis por estabelecer os níveis iniciais de preços para as obras e buscam controlar revendas e possíveis flutuações de valor que venham a ocorrer no mercado secundário, o mercado de leilões.

Longe de ser uma decisão aleatória, a precificação de obras segue uma metodologia que pode ser vista em praticamente todas as galerias. Deste modo, compreendemos por que os galeristas não devem ser pensados apenas como simples intermediários entre o artista e o colecionador. Para além deste papel, sua atividade visa o manejo do mercado como um todo, o que muitas vezes, os coloca em frequente disputa e tensão com o mercado secundário.

Considerando todas as atividades listadas até aqui, é possível compreender por que raramente há artistas inclusive entre os mais consolidados, que busquem nos dias de hoje a auto representação, o trabalho realizado pela galeria garante que o artista possa se concentrar na produção enquanto seu nome é representado pela empresa. Além disso, tal demanda de trabalho envolve uma equipe de funcionários que geralmente não é possível ser mantida ou administrada por boa parte dos artistas.

Embora a representação seja um momento fundamental para a guinada na carreira de um artista, o acordo estabelecido entre galerista e artista na maior parte das vezes não está baseado em nenhum contrato formal mesmo nas galerias de grande porte.

Em relação ao seu modo de organização, podemos dizer que raramente as galerias se assemelham a um modelo de organização burocrática moderna. Neste tipo de negócio, onde o interesse econômico geralmente é negado, o lucro tende a

figurar em segundo plano, enquanto em primeiro lugar persiste um esquema de relações pessoalizadas, tanto entre galeristas e artistas, quanto entre galeristas e colecionadores. O negócio como um todo tende a funcionar como se tratasse de uma grande rede de favores entre amigos, conduzida geralmente por um galerista de perfil carismático, cujas operações diárias giram em torno de sua figura, e cuja empresa geralmente leva seu sobrenome como marca (Velthuis, 2005 p.16).

Quanto maior o status do galerista, mais a empresa irá se assemelhar a um museu, assim como suas atividades irão figurar como um trabalho curatorial e menos com o trabalho de vendas (Thompson, 2008 p.13).

Estes tipos de empreendedores, cujo galerista Leo Castelli permanece como precursor e referência, tendem a construir uma imagem de si mesmos como visionários do campo artístico. Nestes negócios, conduzidos por autoridades de perfil carismático (seguindo a tipologia Weberiana), é bastante comum que em casos de falecimento ou aposentadoria de seu dono, o negócio não resista ou perca seu foco.

Segundo Thompson (2008), dado a obscuridade do mercado de arte e a pouca confiabilidade em relação aos valores futuros das obras, o que torna este mercado estável está relacionado com a ideia de que ele estaria organizado hoje em termos de criação de marcas. Quanto maior a solidez da marca, maior a confiabilidade no sistema.

Segundo o autor, é a solidez da marca Gagosian, por exemplo, que faz com que um colecionador adquira uma obra por indicação da galeria, mesmo sem conhecer o artista. Seguindo a lógica de Thompson, qualquer artista ou obra representado por uma galeria importante está assegurada de sucesso.

O Mercado Secundário

A atividade do mercado secundário está exclusivamente voltada para revenda das obras de arte. A função de marchands e leiloeiros está relacionada à intermediação da venda que resultará num ganho percentual em cima do valor negociado.

O principal interesse neste tipo de negociação é gerar lucro para quem venda e uma boa comissão para os agentes que atuam como intermediários do repasse. Embora algumas mega galerias internacionais atuem também no mercado secundário, o mais comum é que neste contexto artistas e galeristas não participem da negociação ou se beneficiem dela (Fialho, 2014 p.39)

Sejam grandes corporações como as internacionais Sotheby's ou Christie's ou pequenos marchands, (figuras que estão desaparecendo no mundo atual), ou ainda profissionais liberais (decoradores, arquitetos etc), que trabalham selecionando obras para clientes específicos, todas são vistos e tratados com bastante ressalva pelo mercado primário.

Embora trabalhem em setores interdependentes, galerias e leiloeiros mantêm entre si uma relação pouco amigável. As galerias buscam realizar um trabalho constante de monitoração do movimento que as obras de seus artistas apresentam neste mercado.

A diferença entre os dois segmentos está principalmente relacionada com o fato de que no mercado primário há um investimento a longo prazo na consolidação da carreira do artista, os ganhos econômicos neste contexto não são imediatos, mas visam uma estabilização contínua futura. No caso do mercado secundário, não há nenhum investimento no campo artístico, o interesse fundamental está voltado para maximização do lucro imediato, o que muitas vezes pode vir a prejudicar a carreira do artista, principalmente no que diz respeito a artistas jovens.

Embora os leilões sejam por excelência o espaço para vendas de obras já consagradas, as casas de leilões tem investido cada vez mais parte de seus negócios para construir e promover um mercado voltado para arte contemporânea. Desde 1998 a Christie's mantêm anualmente leilões voltados para venda de obras de artistas vivos.

Ao contrário do mercado de galerias, o mercado de leilões é altamente concentrado. Os maiores líderes do mercado são as empresas anglo-saxãs e multinacionais Christie's e Sotheby's, juntas elas detêm mais da metade do mercado secundário. Suas ações são altamente midiaticizadas e tem importante impacto no mercado da arte como um todo. Entre estes dois atores globais existe uma competição inten-

sa, cada uma das duas empresas está presente em mais de quarenta países. Esta lógica de funcionamento em gigantesca escala internacional muitas vezes pode acabar entrando em conflito com os interesses dos Estados nacionais no que diz respeito à proteção de seu patrimônio artístico (Moulin, 2007, p.55).

As casas de leilões buscam investir e estar presentes em diferentes esferas do mercado: adquirindo galerias, sites de internet, órgãos de imprensa ou produzindo banco de dados. Seus interesses visam controlar o mercado como um todo, do rastreamento da oferta, difusão de informação até a multiplicação da clientela mundial. As duas casas mantêm uma rede mundializada de especialistas atuando em diversas vertentes (conselheiros, peritos, conservadores, colecionadores, galeristas).

Entre algumas das estratégias que permitiram que as duas casas expandissem seu crescimento no mercado foi investir em vantagens atrativas tanto para vendedores como para compradores. No caso dos vendedores: adiantamentos sobre a venda e flexibilidade nas taxas de comissão, já para compradores, entre as vantagens concedidas podemos mencionar principalmente os empréstimos que podem garantir até metade do preço da obra (Idem/Ibidem).

É importante ter em mente que o mercado secundário representa o único setor de vendas públicas do sistema artístico, isto significa que os dados a respeito do mercado de arte disponibilizados pelos índices virtuais levam em conta os valores de vendas realizadas em leilões. Não há dados disponíveis a respeito do volume de comércio empreendido pelas galerias, tudo o que se sabe são estimativas.

Por realizarem vendas públicas e por serem responsáveis pelos números disponíveis sobre o mercado de arte, os leilões recebem uma intensa atenção social, o que tem provocado nas últimas décadas diversas investigações judiciais, tanto nos Estados Unidos, quanto da União Europeia, que buscam descobrir se estas empresas estariam infringindo as leis antitrustes.

As Feiras

Seguindo a tendência de comercialização internacional alavancada pelas grandes casas de leilões, as feiras internacionais representam um tipo de resposta e resistência das galerias em relação à hegemonia dos leilões.

As grandes feiras de arte contemporânea começam surgir no final dos anos de 1960, mas o fenômeno de sua multiplicação em escala mundial irá acontecer de forma mais concentrada a partir dos anos 1980.

Em 2015 contabilizou-se o número de 269 feiras no mundo. O fenômeno do crescimento exponencial de feiras parece fazer sentido quando sabemos que 40% das vendas das galerias são realizadas neste tipo de evento¹⁷.

O sucesso das feiras parece estar relacionado ao fato de reproduzirem em certa medida uma atmosfera semelhante a existente nos leilões, atraindo os clientes a um tipo de compra emocional, do tipo “agora ou nunca” experiência que o ambiente das galerias não costuma produzir (Thompson, 2008 p.174).

Atribui-se as feiras, uma mudança no panorama do campo artístico como um todo, elas não apenas modificaram a forma como se compra arte, transformando as vendas das galerias em eventos públicos, mas estariam também mudando a forma como se vê arte. As vendas nas feiras facilitam a aproximação com muitos clientes que não se sentem familiarizados com o ambiente restrito e pouco convidativo das galerias. Por outro lado, parecem rivalizar com os eventos tradicionais de arte, atraindo atualmente, tanto público, quanto museus e instituições¹⁸.

Junto com as diversas bienais existentes hoje, elas são responsáveis por proporcionar uma circulação mundial dos agentes do campo artístico, ao criar um calendário oficial no qual seus participantes se revezam ao longo do ano em diferen-

¹⁷ Chan, Michelle. The Fair-tigued: are there too many art fairs? Art Radar. 27/03/2015. Disponível em: <http://artradarjournal.com/2015/03/27/fair-tigued-are-there-too-many-art-fairs/>. Acessado em: 03/03/2016.

¹⁸ Delsalle, Jean Mun. The Art Fair Boom Is Forever Changing the Way the Art Market Does Business. Forbes Magazine. 07/04/2016. Disponível em: <http://www.forbes.com/sites/yjeanmundelsalle/2016/04/07/the-art-fair-boom-is-forever-changing-the-way-the-art-market-does-business/3/#26328fb443d3>. Acessado em: 30/08/2016.

tes cidades do mundo. Elas funcionam não apenas como um lugar de encontro e troca de experiências, mas representam um espaço de atualização de tendências.

Apesar da diversidade de eventos ao longo do ano, existe, como acontece com as bienais, uma hierarquização bastante clara separando sua relevância no mundo artístico. Além disso, cada uma delas procura estabelecer um nicho específico criando assim um circuito próprio de frequentadores e interesse.

Em relação às centenas de feiras destaca-se a Feira Art Basel, na Basileia, (criada em 1970), cujo prestígio está assentado na ênfase dada a internacionalização e a inovação, o evento possui uma versão americana, na cidade de Miami e uma recente versão em Hong Kong. Sendo a mais importante feira, Ar Basel atrai celebridades e os mais importantes colecionadores e disponibiliza obras importantes e raras. Outro evento considerado importante é a feira inglesa Frieze (criada em 2003 em Londres e que também possui uma versão em Nova Iorque). Além dessas feiras, somam-se outros 20 eventos considerados de prestígio.

Apesar de gerar grande lucratividade, as feiras de arte também são responsáveis por proporcionar altíssimos custos para galerias que se sentem cada vez mais obrigadas a participar destes tipos de eventos, já que geram visibilidade dentro do meio. Mesmo podendo arcar com os custos, nem todas as galerias estão aptas a participar. Feiras importantes como Art Basel possuem um júri de galeristas selecionando os participantes, que são escolhidos levando em consideração as obras que pretendem trazer para o evento¹⁹ (Thompson, 2008, p.172).

¹⁹ De acordo com Thompson (2008), um dos menores stands na feira Art Basel chega a custar em torno de 17 a 40 mil euros.

1.5. Mundialização artística e internacionalização do mercado

A atuação do mercado de arte em escala mundial é um acontecimento paralelo à mundialização da cena artística, ambos não podem ser pensados separadamente. A mundialização não apenas favoreceu a expansão atual do mercado, mas parece ter como propósito proporcionar uma renovação da oferta de bens artísticos, o que parece ser uma exigência permanente do mercado (Moulin, 2007, p.64).

Neste sentido, é importante aqui fazer um recuo com o intuito de discutir de forma abreviada como se deu essa mundialização artística ao longo do final do último século para que seja possível entender o significado do que se convencionou classificar como internacionalização do mercado de arte.

Nas últimas décadas, houve uma intensa discussão sobre o significado da globalização artística. Tal debate é derivado de uma discussão mais ampla que tem como tema central, o fim da modernidade e as crescentes mudanças econômicas, políticas e culturais que se deram de forma mais acelerada a partir dos anos 1980 com o fim da guerra fria.

Ideais tais como a de que os Estados Nacionais estariam perdendo sua autonomia em contraposição a um mercado que funciona de forma cada vez mais transnacional, ou que estaria ocorrendo uma homogeneização das identidades e culturas, foram questões que atravessaram as últimas décadas em debates que reverberaram em todas as esferas sociais.

No campo artístico, a globalização como tema de estudo se orientou principalmente no sentido de entender o efeito dessa nova configuração sobre as produções artísticas locais, o papel de diferentes instituições e agentes tais como, museus e colecionadores, os novos modelos de financiamento estatal e privado, assim como, os possíveis hibridismos ou inserções culturais que tais processos estariam ocasionando (Belting, 2013).

Todavia, o conteúdo dos discursos ou a perspectiva sobre o tema dizem mais a respeito dos agentes de tais discursos do que do tema propria-

mente dito, isto é, o sentido da globalização artística assume diferentes características dependendo de onde se fala e para quem se fala.

Deste modo, se em determinado contexto, a internacionalização parece assumir um caráter democrático e de inclusão, em outro, faz sentido dizer que não há substancial alteração em termos de colonialismo ou dominação e que o tema da internacionalização, conforme argumentam muitos especialistas, não passa de uma falsa discussão²⁰.

De acordo com Ana Letícia Fialho (2012, p.143), podemos identificar duas fases distintas neste processo. Numa primeira fase que vai dos anos 1980 até início dos anos 1990, vemos com um esgotado mercado europeu e americano que passa a buscar nas regiões periféricas uma renovação do mapa das artes, algo que possibilitasse principalmente um aumento da oferta de transações econômicas.

Neste período, a expansão internacional se inicia pelo mercado, mas vai progressivamente adquirindo corpo nas instituições e no meio acadêmico, neste contexto surgem grandes exposições com recortes geopolíticos e diversas publicações ou pesquisas dedicadas à arte latino americana, à africana ou asiática, por exemplo. Os discursos e práticas deste momento tendem a lidar com as produções artísticas destes países de dois modos distintos: há uma busca pela assimilação completa, ou seja, um interesse em integrar tais produções numa história da arte mundial, ou há uma persistência em explorar estereótipos, expressos principalmente no caráter fantástico ou exótico que tais culturas tenham a oferecer. Isso sem considerar generalizações que tendem a transformar grandes continentes como América Latina e África em espaços culturais homogêneos. Em relação a tais eventos, Moacir dos Anjos, (2005)²¹, analisa de forma bastante extensa uma série de exposições do final dos anos 1980 até décadas mais recentes, levando em consideração enfrentamentos,

²⁰ Lara Buchholz e Ulf Wuggenig fazem uma extensa revisão dos diversos significados e sentidos que a globalização artística tende a assumir de acordo com uma perspectiva descentralizada. Buchholz, Lara. Wuggenig, Ulf. Cultural Globalization between Myth and Reality: The case of contemporary visual arts. Disponível em: http://artefact.mi2.hr/a04/lang_en/theory_buchholz_en.htm. Acesso em: 03/06/2016.

²¹ Anjos, Moacir. Local/Global: Arte em trânsito. Kindle Edition, Location: 293.

méritos e falhas no que diz respeito à globalização artística conforme discutidos até aqui.

Em uma segunda fase, que vai do fim dos anos 1990 até o momento atual, observa-se uma diversificação, tanto do pensamento sobre arte, como das figuras atuantes. Além disso, é neste momento que começa a ocorrer uma expansão institucional ocasionando, por exemplo, o surgimento das diversas bienais existentes hoje, o que consequentemente tende a proporcionar uma descentralização e multiplicação de circuitos artísticos (Fialho, 2012,).

Neste contexto, cujo trânsito de artistas e pesquisadores passa a ser maior, a tendência que se instala é um processo de discussão mais crítico em que estereótipos e homogeneizações tendem a ser substituídos por um esforço em lidar com as complexidades das diferentes circunstâncias em que a arte contemporânea é produzida. Além disso, há um interesse em deslocar os lugares de enunciação de discursos, deste modo, não se trata apenas de uma busca pela inclusão no circuito artístico dos ditos países centrais, mas de se criar outros espaços de pensamento e produção.

Em relação aos países dominantes podemos dizer, conforme analisamos até aqui, que o movimento de internacionalização começa voltado para renovação de oferta e progressivamente se transforma num genuíno interesse em cumprir uma agenda pós colonial ou politicamente correta. Embora, isso não signifique uma completa alteração das hierarquias existentes nas quais o sistema artístico está assentado, nem tampouco uma conciliação dos interesses envolvidos, há uma certa diversificação do mapa.

Neste sentido, há cada vez mais cautela em propagar a existência de um sistema de arte global, embora de fato seja possível identificar uma certa mobilidade de agentes (artistas, curadores, colecionadores), que tem atuação em escala mundial, este processo ainda é bastante restrito. Podemos concluir que o sistema de artes funciona em escala internacional, mas não é necessariamente global, na medida em que os centros de legitimação, visibilidade e decisão, permanecem alocados em alguns determinados países considerados centrais.

Em relação a isso, é interessante perceber o papel que a China ocupa neste contexto. Seu peculiar status no sistema artístico diz muito a respeito das discrepâncias existentes neste sistema dito internacionalizado. Conforme analisamos anteriormente, embora o país venha ocupando uma posição importante no que diz respeito ao mercado, o mesmo não diz respeito a sua posição como centro de legitimação artística.

1.6 O mercado de arte contemporânea no Brasil

Considerando a discussão desenvolvida e os dados apresentados até aqui, antes mesmo de nos aprofundarmos no tema já é possível traçar algumas considerações sobre as dimensões do mercado de arte brasileiro e o espaço que o país ocupa no mercado de arte internacional. Analisando os dados disponibilizados pelos relatórios internacionais como *Artprice* ou *Artnet*, podemos concluir que o país não ocupa um espaço significativo entre os países de maior movimentação financeira no mercado de arte ou os artistas brasileiros estão entre os mais vendidos nos leilões de arte contemporânea. Ainda que se possa argumentar que tais dados representem apenas uma parcela do mercado, uma vez que levam em consideração apenas o volume de vendas efetuadas no mercado de leilões, podemos ainda sim dizer que neste contexto mais amplo o país não tem uma presença significativa²².

De qualquer modo, o mercado de arte brasileiro de fato passou nos últimos dez anos uma notória expansão que se expressou, sobretudo no aumento no número de galerias, no surgimento das feiras de arte, assim como, numa crescente profissionalização e numa participação mais intensa no circuito internacional. O fenômeno passou a ser amplamente abordado na imprensa e tendia a sugerir principalmente que a arte brasileira estaria ocupando um papel central, tanto no mercado, quanto no circuito artístico internacional. Sem dados ou bibliografia que pudesse dar suporte a discussão, durante muitos anos o crescimento do mercado de arte brasileiro ou sua projeção internacional parecia se tratar apenas de especulação.

O quadro vem mudando nos últimos anos. Acompanhando as tendências do mercado internacional, o mercado de arte brasileiro viu a necessidade de produzir informação e gerar mais transparência, algo que de certa forma assegurasse o lugar da arte brasileira como um espaço seguro de investimento e que atraísse potenciais compradores.

²² De acordo com o relatório *The Global art Market, with focus on Brazil and China* (Tefaf) 2013, estima-se que o país detenha 1% do mercado global.

Hoje, analisando o contexto de uma perspectiva mais ampla, é possível perceber que o crescimento do mercado de arte brasileiro dos últimos dez anos esteve atrelado ao crescimento estrondoso deste mercado em escala mundial. Como já discutimos em momentos anteriores, o mercado internacional precisava expandir sua oferta de bens disponíveis. Outro fator bastante importante a ser considerado estaria relacionado ao suposto crescimento econômico do país, e a sua elevação da taxa de milionários. (os HNWis, *High Net Worth Individuals*).

De qualquer forma, acompanhando a tendência internacional e o contexto econômico do país, nos últimos dois anos o quadro de euforia e crescimento da última década vem se convertendo numa forte retração, cujos resultados ainda são difíceis de avaliar.

No auge de um dos seus melhores momentos, em 2007, as galerias de arte nacionais criaram a ABACT (Associação Brasileira de Arte Contemporânea). Reunindo 46 galerias de sete estados brasileiros e representando ao todo mil artistas, a associação dos agentes do mercado primário representou um fato inédito e um novo estágio de profissionalização do setor.

A proposta voltada para produzir ações conjuntas entre as galerias teve como resultado mais marcante o surgimento do Projeto *Latitude (Platform for Brazilian Art Galleries Abroad)* em parceria com Apex-Brasil (Agência Brasileira de Promoção de Exportações e investimento). O projeto visa promover a internacionalização do mercado de arte brasileiro, dentre as ações realizadas destaca-se a orientação para o desenvolvimento de estratégias para atuação comercial fora do país.

Neste convênio firmado com a Apex-Brasil, o Projeto Latitude recebe financiamento estatal para desenvolver suas atividades, entre elas: a participação de galerias brasileiras em feiras internacionais, patrocinar a vinda ao Brasil de figuras de destaque do mercado e do campo artístico, disseminar informação sobre a arte brasileira fora do país e finalmente produzir relatórios anuais apresentando dados sobre o mercado nacional, nos quais, hoje podemos nos basear para discutir o mercado de maneira mais objetiva²³.

²³ <http://www.latitudebrasil.org/sobre-nos/estrategia/>

O relatório se encontra em sua quarta edição²⁴ e permanece como a única fonte disponível no país a fornecer dados quantitativos e qualitativos sobre o mercado (primário) de arte de brasileira. A seguir apresentamos e discutimos os dados, fazendo um panorama geral das quatro edições do relatório.

Estrutura do mercado

Os resultados do último relatório dizem respeito as 41 galerias associadas à ABACT que responderam o questionário anualmente proposto pelo projeto Latitudes. Embora os dados do relatório não correspondam à totalidade do mercado, já que é possível considerar que algumas galerias não são parte da associação, os resultados são representativos, pois a maior parte das galerias e mais importantes do setor estão presentes na pesquisa.

Como demonstra o relatório, a maior parte das galerias que compõem o mercado de arte atual são bastante jovens tendo sido inauguradas entre o período de 2000 a 2010.

Traçando uma breve comparação com universo pesquisado por Durand (DURAND, 1989), é interessante observar que das 46 galerias então existentes em 1977 em São Paulo, apenas uma delas permanece ativa no mercado hoje, no caso, a galeria Luisa Strina. O fato por si só demonstra a descontinuidade do setor e se traduz na dificuldade de traçar um panorama de longa amplitude, que estabeleça relações muito profundas entre as décadas.

²⁴ Fialho, Ana Letícia (org). Pesquisa Setorial: O mercado de arte contemporânea no Brasil. 4ª Edição, setembro de 2015. Projeto Latitudes. Os resultados do último relatório de pesquisa do Projeto Latitudes correspondem ao ano de 2014 e estão disponíveis em: <http://www.latITUDEbrasil.org/pesquisa-setorial>.

Figura 6. Número de galerias de acordo com a época de criação²⁵

Figura 7. Distribuição das galerias por cidade

²⁵ Todas as tabelas apresentadas aqui, reproduzem os dados dos relatórios produzidos pelo Projeto Latitude e estão disponíveis em: <http://www.latitudebrasil.org/pesquisa-setorial>.

No que diz respeito à distribuição geográfica, há uma grande desigualdade de distribuição. São Paulo, (numa concentração maior), seguido do Rio de Janeiro permanecem como as principais cidades onde se reúnem não apenas o maior número de galerias, mas as principais atividades voltadas para artes, assim como os mais importantes aparatos institucionais do campo artístico brasileiro.

Como acontece fora do país, o perfil de galerias brasileiras é formado por um grupo bastante heterogêneo, a maior parte do volume de negócios está altamente concentrada num número bastante reduzido de galerias, enquanto uma fatia muito maior, movimenta valores consideravelmente menores. De acordo com o relatório, 61% das galerias têm como receita bruta até R\$ 3,6 milhões de reais, enquanto 10% delas têm receitas acima deste valor. Galerias que movimentam até R\$ 3,6 milhões de reais vendem em média 100 obras por ano, enquanto as que movimentam valores acima disto vendem em torno de 251 obras.

Analisando o período que compreende os anos entre 2012 e 2014, é possível considerar uma redução dos negócios, refletindo a atual dinâmica do setor em crise. No ano de 2014, o mercado primário brasileiro foi responsável pela venda de 5750 obras, enquanto no ano anterior (2013) foram vendidos 6500 objetos. Em relação aos valores, a média de preços das obras vendidas gira em torno de R\$30.836 reais.

A maior parte das vendas é realizada dentro das próprias galerias, porém como acontece fora do país, as feiras demonstram ter um papel cada vez mais importante nos negócios. Segundo o relatório, todas as galerias participam de feiras, nacionais e internacionais, em média cada galeria participa de 5 feiras ao ano. A feira paulista SP ARTE é onde se realiza o maior volume de vendas (40%), depois das vendas em suas próprias unidades.

Apesar de muitas galerias participarem de feiras internacionais, as vendas neste ambiente são pouco significativas girando em torno de 15% a 12%. Neste sentido, é possível afirmar que as feiras internacionais funcionam mais como um espaço de projeção e visibilidade, onde as galerias estabelecem contatos com instituições e colecionadores, ao invés de realizarem negócios propriamente ditos.

O relatório também confirma o que já havia sido percebido no trabalho pessoal de campo, na experiência de trabalho diário na galeria, isto é, a maior parte das vendas realizadas por este mercado ainda permanecem localizadas em território nacional, enquanto, uma porção bastante reduzida está voltada para o mercado externo. Embora seja possível verificar uma grande circulação, as vendas deste setor não representam a parcela mais significativa do mercado de arte brasileiro, que permanece voltado para o público interno e para um universo de colecionadores privados.

As instituições brasileiras representam apenas com 4% das compras, o contraste entre colecionismo privado e colecionismo institucional coloca em evidência a pouca representatividade da arte contemporânea nestes espaços, assim como demonstra as fragilidades financeiras das instituições (Fialho, 2012, p. 149).

Em relação ao perfil dos compradores, conforme discutimos anteriormente, em primeiro lugar e compondo quase a totalidade das vendas se destacam os colecionadores privados brasileiros (73%), em seguida, numa proporção bem menor, as vendas são realizadas por compradores privados internacionais (16%) e numa proporção quase insignificante (2% a 3%) são realizadas aquisições de obras por instituições brasileiras e estrangeiras quase na mesma proporção.

No ano de 2014, 114 obras foram vendidas para 24 instituições internacionais, a maioria destas instituições estão localizadas nos Estados Unidos (Guggenheim e MoMA foram algumas das instituições que adquiriram obras no último ano). Depois dos Estados Unidos, as principais vendas são realizadas para os países europeus como Suíça, Reino Unido, Espanha e França.

**EVOLUÇÃO DAS EXPORTAÇÕES DO MERCADO DE ARTES
E DO PROJETO LATITUDE EM 2011, 2012, 2013 E 2014^a**

ANO	VALOR EXPORTADO MERCADO DE ARTE (total)	Nº DE EMPRESAS EXPORTADORAS (total)	VALOR EXPORTADO PROJETO LATITUDE	Nº DE EMPRESAS EXPORTADORAS DO PROJETO LATITUDE
2011	\$ 60.144.054	198	\$ 18.609.624	22
2012	\$ 51.170.357	160	\$ 27.130.165	19
2013	\$ 127.439.480	192	\$ 51.314.577	23
2014	\$ 82.215.808		\$ 33.921.564	26

Figura 8. Evolução das exportações do mercado de arte brasileiro.

Em relação ao tipo de (mídia)/obras adquiridas, mais uma vez, como podemos notar no mercado internacional, a maior parte das obras adquiridas são pinturas (29%), seguidas por esculturas (27%), fotografias (18%), instalação (14%) e outros formatos em menor proporção.

Levando em consideração a representação, ainda de acordo com o relatório, as galerias atuantes hoje no mercado representam em média 22 artistas por galeria, o que significa em números gerais: 1.000 artistas representados ao todo pelo mercado. Analisando os relatórios, entre os anos de 2013 e 2014, houve uma diminuição no número de artistas representados, que de 1.000 teria baixado para 900. 75% das galerias trabalham com artistas estrangeiros, tendo em média 20% de estrangeiros entre seus artistas.

A tendência é que nas galerias mais tradicionais e celebradas ocorra pouca alteração do quadro de artistas representados, seja no sentido de acréscimo de novos artistas, seja no caso de desligamentos. Já nas galerias mais jovens e com menos recursos é normal um número de novos artistas inseridos a cada ano. Como acontece no mercado internacional é possível verificar que as galerias de pequeno porte muitas vezes funcionam como espaço de inovação, onde os artistas são lançados antes de irem para galerias maiores.

Reproduzindo o mesmo tipo de dinâmica que ocorre fora do Brasil, segundo o relatório, apenas 26% dos artistas representados tem contratos formais com as ga-

lerias. Isto quer dizer que a mais da metade dos artistas permanecem nas galerias apenas através de contratos verbais.

Em relação aos dados apresentados, apesar do curto período de existência do relatório e da pouca variância dos dados nos quatro anos analisados é possível traçar algumas considerações importantes. Em primeiro lugar é indispensável ter em mente os dados produzidos pelo relatório *Latitude* são dados fornecidos pelas galerias e visam atender os interesses destas. Deste modo o enfoque do relatório está voltado construir uma imagem positiva do mercado de arte brasileiro, produzindo confiabilidade para seus possíveis investidores e respondendo diretamente as demandas de seus patrocinadores (no caso principalmente a Agência Estatal Apex-Brasil). Neste sentido, é possível perceber principalmente que há um interesse específico em acentuar a projeção do comércio internacional em andamento apesar da relevância reduzida que tal comércio ocupa atualmente na receita das galerias.

Em relação às características e estrutura do mercado de arte brasileiro podemos dizer que se trata de um mercado marcado pela descontinuidade, as galerias atuantes no mercado atual existem há aproximadamente uma década, desta forma se trata de um mercado bastante jovem dificultando projeções sobre sua estabilidade ou consistência a longo prazo. Trata-se também de um mercado quase que exclusivamente voltado para o colecionador privado nacional que mantém pouca relação com as esferas públicas de cultura.

Capítulo 3. Construção do Valor

Como já discutimos em capítulos anteriores, as artes visuais de modo geral, mas principalmente a arte contemporânea são caracterizadas por uma forte incerteza em relação ao seu valor, tanto estético, quanto financeiro. Neste sentido, cabe ao campo artístico como um todo, das instituições aos atores, do museu ao mercado, construir socialmente a valorização estética e monetária das obras. A certificação estética condiciona o preço das obras que entrarão no mercado, e o mercado por sua vez, representa um dos critérios que atestam o valor estético, ambos se apoiando mutuamente (Moulin, 2007).

Por se tratar de uma economia excepcional, onde os interesses econômicos tendem a ser negados, economistas clássicos como Adam Smith ou David Ricardo ao elaborarem suas teorias sobre a construção do valor e do preço, concordavam ao concluírem que em relação a bens raros e únicos como as obras de arte não seria possível construir uma explicação sistêmica e que estes objetos deveriam ser pensados em paralelo a teoria econômica. Afinal, o valor da obra não poderia ser medido pela quantidade de trabalho investido, muito menos, pela qualidade dos materiais utilizados (Velthuis, 2005).

Deste modo, apesar do mercado de arte se tratar um mercado propriamente dito, onde transações econômicas são realizadas entre indivíduos, ele deve ser analisado para além dos critérios exclusivamente econômicos, este tipo de mercado é sustentado por uma estrutura de relações sociais que contam histórias e atribuem uma lógica moral aos valores estabelecidos, existe deste modo, uma comunicação não econômica que dá sustentação aos valores econômicos construídos coletivamente.

A questão sobre como os preços das obras são estabelecidos permanece como um dos assuntos mais controversos do mundo da arte. Tratado como tabu, o tema raramente é discutido abertamente pelo mercado. Fazendo uso da bibliografia sobre o assunto, discutimos quais são os critérios usados para construir e uniformizar os preços quando os objetos a serem precificados se tratam de bens únicos,

discutimos também quais agentes participam deste processo, qual a diferença entre os valores estabelecidos nos leilões e no mercado primário e que elementos estão em jogo.

3.1 Promotores versus Parasitas

No ano de 2008, imediatamente após a crise financeira iniciada pela americana, o artista inglês Damien Hirst, na época uma das maiores celebridades do mercado de arte mundial, decidiu infringir as regras do sistema, e num ato pretensamente artístico optou por vender diretamente (sem intermediação de galeria) 223 de suas obras num leilão organizado pela casa inglesa Sotheby's.

O leilão não foi apenas um grande sucesso de vendas, mas, também um importante evento midiático. O caso foi extensamente explorado na imprensa, que então argumentava que o sucesso de vendas de Damien demonstrava a estabilidade do mercado de arte em relação ao mercado financeiro, além disso, a decisão do artista em vender diretamente suas obras num leilão parecia inaugurar uma nova era para o mercado de arte, que a partir de então, não seria necessariamente mais dependente do mercado primário representado pelas galerias e seus dealers²⁶.

O ato provocativo de Damien Hirst longe de ser uma atitude impulsiva foi resultado de um processo no qual o artista já se encaminhava em anos anteriores. No auge do aquecimento do mercado ao longo da primeira década dos anos 2000, o artista já havia atingido uma série de recordes de vendas, inclusive o de maior preço pago por uma obra de um artista vivo, no caso 13 milhões de dólares pelo armário de remédios intitulado *Lulaby Spring*. Na época Damien Hirst tinha 43 anos.

Damien Hirst surgiu na década 1990, sua ascensão está estritamente relacionada com colecionador inglês, também celebridade, Charles Saatchi, conhecido por criar e destruir reputações de artistas. A associação entre ambos e o sucesso do

²⁶ Beaven, Roger. Damien Hirst is Rewriting the Rules of the Market. 06/08/2008. Artintern.net. Disponível em: <http://en.artintern.net/index.php/review/main/html/4/343>. Acessado em: 20/04/2016.

artista representavam então a expressão máxima do que muitos críticos consideravam a era dos grandes colecionadores ditando novos rumos no mundo da arte²⁷.

O sucesso do leilão do artista embora representasse de certa forma um passo já esperado, não deixou de causar perplexidade dentro do sistema artístico. A venda direta das obras sem a intermediação de galeria provocou inúmeras discussões sobre o futuro do mercado primário caso outros artistas decidem seguir o mesmo caminho.

Passado quase 10 anos do episódio, a venda performática de Damien Hirst na casa de leilões Sotheby's não inaugurou uma nova era do mercado de arte, muito menos, abriu precedentes para que outros artistas seguissem seus passos. Pelo contrário, a atitude de desafiar as regras do mercado contribui apenas para impulsionar sua vertiginosa decadência nos anos que se seguiram. Atualmente o artista enfrenta uma grande desvalorização, tanto econômica, quanto simbólica. No mercado de arte internacional, os valores de suas obras chegaram a cair mais de 80% e o artista é hoje considerado um símbolo do momento mais especulativo do mercado das últimas décadas²⁸.

Para entender o fracasso de Damien Hirst é preciso ter em mente que no modo como a economia da arte funciona no seu dia a dia não existe um único modelo de vendas, nem um único método para estabelecer os preços das obras. Diferentes modos de precificar e vender ocupam categorias distintas dentro do campo. Longe de possuir um conteúdo neutro, há uma diferença bastante marcante no modo como o preço é construído em cada segmento do mercado e o valor e legitimidade que ele possui no campo artístico como um todo.

Em primeiro lugar é importante entender, por exemplo, que o mercado primário e o mercado secundário não constituem os preços de maneira semelhante, o que muitas vezes, implica em diversas tensões entre os dois seguimentos.

²⁷ Célérier, Philippe. Pura Especulação. 01/08/2008. Le Monde Diplomatique. Disponível em: <http://www.diplomatique.org.br/artigo.php?id=232>. Acessado em: 13/06/2016.

²⁸ Artprice. The Contemporary Art Market Report 2005. Disponível em: <http://www.artprice.com/artmarketinsight/reports>. Acessado em: 20/07/2016.

Os galeristas trabalham com preços pré-fixados, estabelecidos num acordo (na maior parte do tempo verbal) entre quatro paredes com seus artistas. Como podemos supor o acordo não é necessariamente uniformizado, artistas em início de carreira são precificados de maneira diferente do que artistas já estabelecidos e assim por diante.

Em geral, de acordo com as regras do mercado, a representação estabelecida pela galeria, permite que o intermediário fique com algo em torno de 50% do valor da obra vendida. (Quantia que também pode variar, mas que geralmente não deve ultrapassar esta porcentagem, o que seria considerado imoral pelo sistema). Levando em consideração um conjunto de circunstâncias que analisaremos a seguir, os preços de tais obras podem subir, porém dificilmente há queda de preços, ou pelo menos, os galeristas buscam controlar o mercado para que isso não ocorra, já que uma queda de preços representa também uma desvalorização na carreira do artista como um todo.

Já nos leilões, um preço mínimo é estabelecido e durante a seção realizada busca-se alcançar um valor de equilíbrio entre a demanda e a oferta do objeto negociado. O principal compromisso das casas de leilões é gerar um lucro máximo em relação ao objeto vendido, garantindo ao consignatário e ao revendedor benefícios imediatos na transação.

Com as casas de leilões ocupando cada vez mais presença no mercado de arte contemporânea a partir dos anos 1970 é possível presenciar situações em que uma mesma obra (quando se trata de uma edição) ou obras semelhantes do mesmo artista, apresentem valores díspares entre o mercado primário e o mercado secundário. Geralmente, nestas situações é no mercado primário que se encontra o menor valor. (Fialho, 2014, p.40). Embora ambos os segmentos sejam interdependentes, a situação demonstra a persistência de certa competição entre as duas esferas de comércio.

Quando há diferenças de preços entre os dois setores, não existe qualquer tipo de acordo pré-estabelecido para que ocorra um ajuste de preços entre eles. A diferença permanece, uma vez que as galerias não buscam ajustar seus valores em função dos leilões, sejam eles maiores ou menores.

O fato de os maiores valores atingidos pelas obras (e também o maior lucro) serem encontrados geralmente nas casas de leilões levanta uma interessante questão do por que o sistema de vendas de leilão não ser um método utilizado no mercado primário.

Conforme discute Velthuis, no emergente mercado de arte francês do século XIX, os leilões eram um dos sistemas de vendas por excelência. Muitas artistas impressionistas realizavam vendas diretas de suas obras, (sem intermediação de marchants), utilizando o sistema dos leilões, que longe de ser considerado indigno era visto como uma forma legítima de se testar seu valor no mercado (Velthuis, 2011, p.185).

Do mesmo modo, em mercados de arte de economias emergentes como acontece na China, conforme já discutimos no capítulo 2, os leilões não são vistos como uma prática perniciosa, pelo contrário, nestes jovens mercados de arte não se estabeleceu uma distinção muito rígida entre mercado de arte primário e secundário, deste modo, as vendas públicas e os altos valores atingidos por artistas e suas obras funcionam como um certificado de valor²⁹.

No mercado de arte contemporânea do ocidente, pelo contrário, exceto em situações muito específicas, os leilões não são considerados a maneira ideal ou mesmo legítima de se comercializar arte contemporânea, deste modo, raramente são realizados pelo mercado primário³⁰. As casas de leilões, além disso, não são vistas com bons olhos pelos galeristas que consideram o segmento um mercado parasitário.

Alguns fatores podem explicar o fato dos leilões serem considerados um sistema ilegítimo de venda e não serem utilizados no mercado primário: em primeiro lugar, podemos dizer que galeristas temem que a volatilidade dos preços, comum neste mercado de venda pública, possa vir a desestabilizar a reputação dos artistas. Por exemplo, leilões em os preços não consigam atingir níveis recordes ou mesmo

²⁹ Pollock, Barbara. The Chinese Art Explosion. 01/09/2008. Artnews. Disponível em: <http://www.artnews.com/2008/09/01/the-chinese-art-explosion/>. Acessado em: 13/06/2016

³⁰ Uma exceção para este caso está relacionada aos leilões de caridade, ou leilões para angariar fundos para alguma causa de conteúdo considerado nobre.

que as obras não sejam vendidas, poderiam levar colecionadores e outros membros do mundo da arte a concluir que determinado artista estaria em declínio. Deste modo, evitando a exposição pública e o teste de valor a cada venda, os galeristas conseguem não apenas estabilizar os preços das obras no mercado, mas também resguardar a reputação dos artistas que representam (Velthuis, 2005).

Em segundo lugar, a objeção dos galeristas em relação às casas de leilões não está apenas relacionada ao fato de que tais casas estariam assumindo cada vez mais um papel de competição em relação ao mercado primário, a diferença crucial diz respeito à posição estrutural que cada segmento ocupa no campo artístico como um todo.

Enquanto os galeristas tem um papel ativo na promoção dos artistas e no sistema da arte de forma geral, as casas de leilões não mantêm nenhuma relação com os artistas, muito menos, realizam qualquer tipo de atividade de promoção em prol do sistema da arte. O fato de estarem exclusivamente voltadas para o lucro a curto prazo faz com que sejam vistas como um segmento sem compromisso ou integridade dentro do campo artístico como um todo.

Outro aspecto importante é que: enquanto as galerias de arte e seus donos fazem o possível para suprimir o aspecto de commodity das obras de arte, conforme discutimos no capítulo 1, (dividindo o espaço da galeria, suprimindo os preços do público, resguardando a transação financeira entre quatro paredes), as casas de leilões explicitam essa relação, (os preços são anunciados em alto e bom som, a transação financeira acontece às vistas do público, o valor está acessível a quem pode pagar, isto é, não há seleção de clientes, além disso, altos valores são bem vistos). Neste contexto não é feita nenhuma tentativa de separar as obras de arte de seu aspecto de mercadoria, pelo contrário, estas relações são explicitadas (Ibidem/Ibidem).

Para as galerias, baseadas na lógica do retorno a longo prazo é importante que a obra permaneça como mercadoria o menos tempo possível e que sua relação com o valor econômico não seja explícita. A venda perfeita é aquela que permite que obra retorne para seu lugar ideal (o museu) e que jamais seja exposta novamente aos testes do mercado.

Desta forma, nas galerias as obras não estão acessíveis a qualquer indivíduo que possa compra-las. Existe uma série de regras que impossibilitam um anônimo de ter acesso a uma obra de arte. Buscando controlar a biografia dos artistas que representam, os galeristas regulam as vendas através de um sistema de lealdade e status, demonstrando que nem todos os tipos de vendas carregam o mesmo valor simbólico. Neste sentido, não se trata apenas de alcançar o lucro máximo, o sistema de vendas é norteado por um rico mecanismo de interações sociais que dão valor moral e distinção ao comércio.

Em escala de importância, os museus são prioridade na aquisição de peças, seguido de clientes que ocupam status importantes no mundo arte ou na sociedade em geral, assim como os que possuam relações íntimas ou de longa data com os galeristas. Para manejar o constrangimento que a seleção de clientes costuma ocasionar, as galerias utilizam o sistema de listas de espera, as listas de espera nada mais são do que uma maneira de adiar o não ou evitar dizê-lo diretamente para seus potenciais clientes³¹.

Nos leilões, ao contrario das galerias, as vendas acontecem de forma relativamente anônima, (já que muitos compradores nem sequer estão presentes, fazendo uso de apostadores profissionais), além disso, a curta interação, típica de como as vendas são conduzidas no mercado secundário, não permite que seja construído nenhum tipo de relação social entre vendedores e compradores (Velthuis, 2011).

Neste sistema, as vendas não seguem o esquema de lealdade ou status. Adquire uma obra, quem der o maior lance, o destino final do objeto adquirido é incerto e não pode ser rastreado. Deste modo, o mercado secundário é geralmente considerado um ambiente tipicamente frequentado por novos investidores, já que se trata de um segmento que permite que indivíduos sem experiência no campo da arte, ou mesmo, sem acesso pessoal aos galeristas possam adquirir obras para inúmeros fins, inclusive especulativos.

³¹ Todas as estratégias citadas pelos galeristas americanos e holandeses entrevistados por Velthuis se confirmam no caso das galerias do Brasil. Durante experiência pessoal de trabalho dentro de uma das mais importantes galerias do país, foi possível acompanhar o mesmo tipo de dinâmica, uma parte considerável da atividade diária do setor de vendas consiste em repelir polidamente alguns clientes desconhecidos e colocar na lista de espera outros.

O controle de clientes, por outro lado, permite o monitoramento dos galeristas em relação ao caminho da obra e conseqüentemente, estabiliza o preço e a carreira do artista. Na falta de uma legislação ou de qualquer tipo de contrato que estabeleça regras sobre possíveis revendas ou repasses futuros, a relação pessoal estabelecida entre galerista e seus clientes garante através do acordo verbal que o comprador da obra se comprometa a não submeter à peça adquirida a imediata revenda no mercado, muito menos, especule sobre o preço adquirido, ou ainda, não revenda para pessoas que venham fazer o mesmo.

A punição, embora implícita, é bastante clara em relação ao descumprimento do acordo: clientes especuladores que pretendam comprar obras e repassa-las rapidamente no mercado secundário são banidos automaticamente das listas de clientes das galerias (Thompson, 2008).

3.2 Determinantes de preços na arte contemporânea

Embora não haja uma fórmula exata para definição dos preços de obras, é possível encontrar alguns critérios utilizados pelo mercado para fixar os valores econômicos das obras.

Enquanto as casas de leilões estabelecem os preços levando em consideração a relação entre oferta e demanda, as galerias como já discutimos anteriormente, não visam o lucro imediato, desta forma é possível concluir que a maximização do preço não costuma ser o critério mais importante para a fixação do valor.

Os galeristas costumam utilizar uma série de regras que tendem a funcionar como manuais para precificação, assim, o valor não apenas pode ser justificado perante o mundo da arte, mas serve para produzir certa uniformidade ao que parecer ser impossível de uniformizar. Deste modo, os preços não são produtos de criação individual ou aleatória, os critérios utilizados produzem certa regularidade e dão consistência ao método de precificar, tornando possível construir estimativas e previsões de preços para qualquer tipo de trabalho de arte analisado, podendo ser justificados e partilhados pelo membros do campo como um todo.

Embora a decisão do valor seja estabelecida num acordo entre artistas e galeristas, é possível concluir que os artistas são os que possuem menor poder de barganha nesta relação, ficando a cargo da galeria, a decisão final do preço, não apenas por possuírem maior experiência em relação ao assunto, mas pelo poder que detém nesta relação.

Quando se trata de artistas já estabelecidos no mercado, diversas fontes bibliográficas confirmam que os critérios mais importantes considerados para determinar os preços são: o tamanho da obra, a técnica utilizada e a reputação do artista (Mc Andrew, 2010, p.53).

Por reputação podemos considerar o reconhecimento e relevância do artista dentro do campo, o que inclui exposições em instituições importantes, obras permanentemente expostas em espaços públicos, o número de vezes que o artista é citado em publicações do meio e qual a repercussão de seu trabalho, o número de obras anteriormente vendidas e qual o destino final destas obras. Obras adquiridas por museus tendem a gerar grande valor para reputação do artista. Para o mercado, artistas já consagrados significam estabilidade de investimento, o que atrai compradores continuamente.

Embora a reputação seja um fator importante para constituição do preço, ela por si só, não é um determinante. Características materiais da obra, tais como, técnica e tamanho também devem ser consideradas na precificação. Analisando os índices do mercado sabemos que a pintura, permanece como o meio por excelência que impulsiona o funcionamento do mercado de arte, deste modo, é possível considerar que obras em papel, fotografias ou mesmo esculturas são precificadas de modo diferente, dado a demanda menor.

A relação entre tamanho e preço, também pode variar, embora o critério seja utilizado pelos galeristas para fixar o valor e seja possível encontrar uma correlação entre dimensões e preço, não significa necessariamente que trabalhos de grandes proporções terão um valor maior que obras de pequeno porte.

Conforme discute Mc Andrew (2010, p.54), trabalhos de proporções muito grandes encontram dificuldades para serem adquiridos por colecionadores privados,

tornando-se assim, mais apropriados para instituições, o que reduz bastante sua possibilidade de aquisição e o que pode afetar seu valor

O sucesso financeiro não tem uma relação direta com a qualidade do trabalho. A qualidade do trabalho, ou seja, o julgamento estético a respeito da obra, critério subjetivo difícil de ser medido, não está diretamente em jogo na fixação do preço. Porém podemos analisar que o reconhecimento institucional e o número de obras vendidas são critérios que de certa forma respondem pela qualidade do trabalho do artista.

Tais elementos, reputação, tamanho da obra e técnica utilizada, garantem que os galeristas não tenham que estimar o valor da obra baseado na qualidade do trabalho. Além disso, tais critérios dissociam a obra de arte de seu conteúdo direto como mercadoria.

Outros fatores importantes que podem ser considerados na construção do valor econômico de uma obra são: a nacionalidade, gênero e idade do artista. Embora tais critérios tendam a ser negados pelo mercado, Quemin (2015), cruzando uma série de informações, (entrevistas, análise de índices e listas anuais das principais publicações internacionais), conclui que a nacionalidade é um fator decisivo no destaque do artista no mercado internacional, conseqüentemente na elevação do preço de suas obras.

Como já discutimos em outro momento, sabemos que a globalização artística se trata de um fenômeno bastante questionável, e que o campo artístico é em grande parte auto-referencial e endogâmico, isto quer dizer que, as listas anuais que buscam classificar os artistas em termos de sua reputação, em geral, fazem referência aos países de suas próprias nacionalidades.

Em relação à idade, a valorização tende a aumentar conforme o artista envelhece, o que supõe uma óbvia relação entre idade e experiência, ou idade e construção da reputação. Artistas mais velhos tiveram mais tempo de expor e produzir, assim como os trabalhos feitos em idades mais avançadas tendem a ser considerados produções mais maduras. De qualquer modo, isto diz respeito a artistas inseridos no mercado, conforme discute Thompson (2008, p. 42), um artista jovem saído da universidade tem aproximadamente 2 anos para se inserir no mercado e passar

a ser representado por uma galeria, quando isso não acontece, as chances do artista ver o seu trabalho comercializado tendem a diminuir significativamente após este período.

Dos três fatores, o mais intrigante diz respeito à questão de gênero. Investigando o mercado de arte primário holandês, Velthuis (2005, p.102), apresenta uma série de dados quantitativos, comprovando a diferença de valor para obras entre os gêneros, o mesmo ocorre em mercados de arte de proporções maiores como nos Estados Unidos. No Brasil, infelizmente não foi possível encontrar dados que investiguem esta questão, sabe-se que alguns dos artistas mais destacados no circuito internacional, são mulheres, como Adriana Varejão ou Beatriz Milhazes, o que levaria a supor que a diferença de gênero não estaria afetando a produção local.

Em relação ao aumento de preços, existem três regras possíveis para nortear a construção do valor: demanda, tempo e reputação.

A decisão mais complicada dos galeristas em relação à dinâmica de preços diz respeito a estabelecer preços de obras para artistas jovens ou estreantes no mercado. A razão para isso é que neste caso, a legitimidade ainda não foi construída no sistema, assim, não há preços de obras anteriores nos quais seja possível se basear, nestas circunstâncias, duas regras possíveis tendem a ser utilizadas pelos galeristas para estabelecer o preço: a primeira é fixar o preço mais baixo ou mais razoável possível, a segunda regra é tentar estabelecer comparações entre outros artistas que possuem o mesmo tipo de trabalho, histórico e credenciais (Velthuis, 2005).

Quando os preços são questionados pelo campo artístico, os galeristas evocam uma série de argumentos não econômicos que servem para justificar o modo como os valores são estabelecidos. Nas diversas entrevistas com galeristas americanos e holandeses Velthuis (2005, p.132), conclui que os preços são justificados considerando-se momentos precedentes do mercado. O autor identifica três momentos importantes que marcam a história do mercado de arte e que servem de base para estruturação dos valores contemporâneos.

O primeiro momento, que vai dos anos 1950 até a década de 1970, seria considerada a era da inocência do mercado de arte. Neste período o comércio e as

relações entre artistas, galeristas e colecionadores estariam constituídas principalmente em torno do amor à arte. Com um número de galeristas reduzido, os artistas se satisfaziam com valores modestos para suas obras, enquanto os colecionadores não estavam preocupados com status ou investimentos, pelo contrário, tinham um compromisso com os artistas e os trabalhos adquiridos.

O fim da era de ouro do mercado teria ocorrido em 1973, quando a casa de leilões Sotheby's teria realizado pela primeira vez um evento de vendas voltado para arte contemporânea em Nova Iorque. Os altos preços atingidos pelas obras leiloadas teriam modificado a atmosfera das relações e o modo como o mercado passa a funcionar a partir de então. Deste momento em diante, as obras de arte passam a ser vistas como objetos de investimento com potencial lucratividade. Além disso, as vendas no leilão marcam um divórcio na relação entre artistas e colecionadores, já que muitos artistas se sentem prejudicados vendo suas obras serem revendidas por altos valores dos quais não participam.

A segunda fase do sistema tem início da década de 1980 e seria um período marcado pelo lucro a curto prazo, investimentos de risco, altos valores atingidos por obras e artistas caracterizados como celebridades. Data neste momento o surgimento da galeria americana Gagosian (considerada a maior do mundo hoje), que então investe em táticas de vendas mais agressivas e comerciais, transformando o comércio de arte num esfera ao mesmo tempo mais profissional e econômica.

A era dos artistas superstars, (como denomina Velthuis, 2005), com sua estratégia do lucro e sucesso a curto prazo é vista em retrospecto pelos membros do campo com reprovação. A partir dos anos 1990 o período especulativo sofre um colapso acompanhando a queda do mercado financeiro daquele momento. Muitas galerias são obrigadas a fechar as portas, ou diminuir drasticamente seus custos, artistas que ocupavam posições importantes no mercado tem sua carreira abreviada e muitos de seus trabalhos sofrem uma extrema desvalorização. Porém, longe de ser visto como momento catastrófico, os galeristas interpretam este período como um momento de purificação, a partir de então o mercado volta a ser regido de maneira mais prudente, sofrendo menos influência do capital especulativo.

A terceira fase do mercado (contemporânea ao período de estudo de Velthuis em 2005) representa na narrativa de seus participantes, o período mais maduro do comércio de arte, um momento em que os galeristas buscam maior prudência em relação aos valores, evitando desta forma que novos colapsos venham a acontecer.

Nesta nova fase, pautada pela lógica do ciclo longo de produção, artistas tendem a ascender de maneira mais lenta, assim como os preços são controlados no sentido de evitar variações extremas. Quando há aumento de preços, eles buscam acompanhar o crescimento da reputação do artista. Agindo desta forma, os galeristas entrevistados por Velthuis argumentam que não apenas buscam se distanciar de momentos especulativos precedentes, mas estão principalmente interessados em estabilizar o mercado de arte como um todo.

Embora tais narrativas construídas pelos galeristas possam não corresponder de maneira precisa ao real funcionamento do mercado de arte, elas dão sentido ao comércio, além disso, são responsáveis por criar uma noção de passado, presente e futuro, ao mesmo tempo, servem de modelo para formas distintas de comercializar e de se colocar do mercado.

Segundo Velthuis, elas funcionam como uma ferramenta de apoio para as práticas de negócios do dia a dia, demonstrando que há distinções entre os modos de vendas e de precificação, e que tais distinções correspondem a circuitos de comércio que ocupam diferentes status e hierarquias dentro do campo: o comércio honrado, o especulativo ou o prudente.

Enquanto muitas análises de viés econômico consideraram que os preços das obras são estabelecidos através da relação entre oferta e demanda, discutimos aqui que as transações no mundo da arte tendem muitas vezes a ser consideradas incompreensíveis justamente porque extrapolam estes critérios. O estabelecimento de preços de obras envolvem mecanismos não econômicos que tem origem em um processo de avaliação construído entres os especialistas no campo, que envolve uma série de critérios como a reputação artística.

Nesta perspectiva, a precificação não significa um rebaixamento da obra de arte, ela carrega múltiplos significados, inclusive, um senso de cuidado dos galeristas em relação à carreira dos artistas.

Por outro lado, as diferentes formas de criação de valor demonstram também que os critérios constituídos dentro campo continuam (pelo menos até o momento presente) sendo indispensáveis para valoração econômica e simbólica das obras, embora argumente-se que o campo artístico estaria passando por um processo de financeirização, ou que estaria de certa forma se tornando menos autônomo (Fetter, in Bullhões, 2014)³².

Neste sentido, o caso de Damien Hirst demonstra de maneira bastante evidente que o mercado de arte contemporânea tem propriedades estruturais que o fazem operar de forma dependente em relação aos critérios estabelecidos pelo campo e que tais critérios continuam vigentes.

³² Fetter, Bruna. Um mom negócio: As Recentes movimentaçõesdo Mercado de arte contemporânea no Brasil. Bulhões, Maria Amélia. As novas regras do jogo: o sistema da arte no Brasil (Kindle Locations 1738-1740)

Conclusão

Poucos fenômenos parecem atrair a atenção de uma audiência tão vasta e diversa quanto o mercado de arte. Os altos valores alcançados pelas obras nos leilões, a distinção do público que tende a atrair, a maneira espetacular que o assunto é abordado pela mídia, o caráter singular deste comércio, cuja pouca regulação e falta de transparência são sua essência, tudo parece contribuir para gerar comportamentos polarizados em relação ao assunto. Se por um lado, o mercado parece deslumbrante e superficial, de outro, ele é veementemente condenado como elemento corruptor da arte e os valores movimentados por esse sistema são considerados irracionais, ou mesmo indignos.

O caráter sagrado da arte, e o aspecto de comunidade religiosa que o mundo da arte passa a assumir frente a sua autonomização em fins do século XIX são explicados detalhadamente por Pierre Bourdieu em *As Regras da Arte* (1996). Não precisamos retomar passo a passo como a premissa da arte pela arte ou o surgimento do artista de vanguarda se constituiu neste momento histórico, porém importa lembrar que as diferentes posições e discursos correntes produzidas pelo sistema ou a respeito do sistema artístico, representam posições específicas no campo.

Partindo desta perspectiva, analisar de onde se fala sobre a arte passa a ser tão importante quanto a reflexão sobre a arte e seu mercado propriamente dito. Discursos polarizados que tendem a dividir os agentes do sistema entre legítimos e vulgares, ou posturas a favor da arte contra o comércio longe de serem gratuitas remetem às posições dentro do campo.

Assim, ao contrário de explicar as ações coletivas como produto de seu caráter colaborativo e de consenso, como sugere Howard Becker em *Art Worlds* (Becker, 1982), o mundo da arte, como qualquer outro campo de produção semi-autônomo, é nesta perspectiva constituído por batalhas em torno das posições dominantes. Diferentes tipos de discursos dizem respeito a diferentes posições dentro no campo.

No campo de produção cultural, os indivíduos competem pelo monopólio da autoridade artística, pelo poder de consagrar, pelo poder de preservar ou ultrapassar posições, construindo desta forma, de acordo com os critérios do campo o que pode ser considerado legítimo ou ilegítimo. Neste sentido, a luta pela conservação ou subversão de estruturas é o motor da história do campo, é seu princípio gerador e unificador.

Analisar as obras culturais através do conceito de campo requer construir três operações conceituais distintas (Wacquant, 2005). A primeira é localizar o campo artístico em posição relativa aos outros campos de produção (seja o campo de poder, ou o campo econômico). Bourdieu (1992) discute que o campo de produção cultural representa o pólo dominado do campo de poder, constituindo-se, deste modo, entre os dois campos uma batalha contínua em torno do interesse de assegurar os seus princípios internos de funcionamento em primeiro plano.

Num segundo momento de análise, seria importante traçar uma taxonomia interna do campo artístico, no sentido de entender como se estruturam as relações entre instituições e agentes dentro deste contexto.

Um terceiro passo envolve a construção de trajetórias dos indivíduos que dentro do campo. A posição ocupada por um agente não surge de vocação individual ou apenas é deduzida pela localização estrutural, pelo contrário, ela é resultado da sobreposição de posições e disposições, ou seja, há uma correspondência entre o lugar que um indivíduo ocupa dentro do campo e as atitudes que adota, assim como os discursos que reproduz.

O mundo da arte tem passado por um processo de grande alargamento, o que significa dizer que em nenhuma outra época como no momento atual houve tantas escolas de arte ou artistas se formando, nunca um público tão grande e variado teve acesso a exposições e obras de arte, assim como a frequência a museus nunca foi tão grande. Apesar da opacidade do sistema, também nunca houve tanta informação acessível sobre o mercado de arte. Ainda sim, entre as informações disponíveis, distinguir a origem dos discursos, seu sentido e conteúdo parece ser uma etapa importante para entender o funcionamento do campo de produção artística.

Ao longo da produção do presente trabalho, foi possível identificar alguns modelos de estudos sobre o mercado de arte. A bibliografia sobre o mercado tende a se dividir em três principais vertentes: a primeira está entre o jornalismo literário e a etnografia de campo e está voltada para construir narrativas sobre o mundo arte que tendem a explorar seu aspecto extravagante. Nestes tipos de produção, muito dos conhecidos sensos comuns sobre o mercado, longe de serem desfeitos, tendem a ser explorados. São desta natureza livros como de Sarah Thornton, *“Sete dias no mundo da arte”*, ou o de Don Thompson, *“O Tubarão de 12 milhões de dólares”*.

Ainda que muitas das considerações feitas por Thompson possam ser confirmadas através da pesquisa de outras fontes sobre o assunto, o livro possui um tom de fofocas de bastidores, abordagem aliaís, bastante utilizada quando se trata de discutir o mercado da arte e que pouco acrescenta no sentido de produzir algum entendimento sobre sua estrutura de funcionamento. Neste tipo de trabalho, bastidores de um mundo restrito são reconstruídos, contribuindo para alimentar mitos que muitas vezes, possuem pouca consistência.

Uma outra vertente de bibliografia sobre o mercado está voltada para produzir informação para seus investidores. São desta natureza muitos dos estudos economicistas que resultam em índices e dados quantitativos e que têm contribuído para tornar o mercado de arte em certa medida mais transparente³³. Ainda que tal bibliografia nasça voltada para gerar informação para potenciais compradores e deste modo expandir o comércio de arte propriamente dito, ela de alguma maneira contribui para que o mercado de arte se torne mais acessível, ao fornecer informações que de outro modo não poderiam ser acessadas pelos pesquisadores.

Ainda sob o viés econômico, é possível identificar também outra vertente de estudos sobre o mercado de arte; de caráter mais acadêmico, tais estudos, estão presentes principalmente na bibliografia americana. Abrangendo uma profusão de assuntos que cobrem tanto o sentido da arte como investimento como a formação

³³ Tais estudos estão presentes principalmente na bibliografia americana e dialogam tanto com o mundo acadêmico, quanto, buscam servir de referência para investidores do mercado. São desta natureza trabalhos como o de MC Andrew: *Fine Art and High Finance*, e também estudos elaborados pelas próprias casas de leilões, que funcionam como material didático para os cursos que costumam promover para os agentes do mercado, como os trabalhos de Robertson: *The Art Business, Undersating Internacional Art Markets and Management*.

do preço, demonstram um avançado grau de debate sobre o assunto. Porém, partindo de pressupostos da economia clássica, muitos deles tendem a ignorar muitas questões que dizem respeito ao aspecto simbólico destas trocas econômicas.

Neste sentido, a economia dos bens simbólicos produz um contraponto, fornecendo uma visão que não é nem utilitarista, nem reducionista do tema. O sociólogo holandês Olav Velthuis, cujo trabalho foi umas das fontes centrais para a atual pesquisa, em seu estudo sobre a construção do valor e precificação das obras de artes, se reporta e busca dialogar tanto com os estudos econômicos sobre o mercado de arte, quanto com a economia de bens simbólicos de Pierre Bourdieu.

O ponto chave de seu trabalho é mostrar que a construção do valor não é uma entidade apenas econômica, mas também social e cultural construída coletivamente. Conforme discute em *Talkings Prices* (2005), os valores carregam sentidos que podem adquirir características distintas, por isso precisam ser constantemente manejados, definidos e redefinidos, pelos agentes dentro do campo. Além disso, o modo como os valores são elaborados distinguem circuitos de comércio adquirindo um caráter legítimo ou vulgar, dependendo do contexto específico, conforme discutimos na divisão que se dá entre mercado de arte primário e mercado de arte secundário.

Uma parte importante e inovadora do trabalho de Velthuis (2005) também se constituiu no sentido de identificar que a relação que se estabelece entre arte e comércio não é apenas através do sentido corruptor, isto é, as relações comerciais não contaminam o mundo da arte, como tende a considerar o senso comum, elas também são construtivas no sentido que podem demonstrar um senso de cuidado ou reconhecimento. Por exemplo, quando um galerista busca controlar os valores de uma obra de um artista estreante no mercado para que isso não prejudique sua carreira a longo prazo, ou por outro lado, quando o preço de uma obra sofre um aumento devido ao reconhecimento adquirido pelo artista no campo.

Partilhando do mesmo tipo de perspectiva, buscamos construir neste trabalho a ideia de que o comércio de arte não está organizado sob a lei de oferta e demanda, muitos menos seus indivíduos estão voltados para maximização do lucro imediato. Desta forma, apesar de se tratar de um comércio peculiar, que possui muitas

vezes, formas obscuras e específicas de funcionamento, isto não significa de nenhum modo que ele seja regido por um oportunismo aleatório.

Como já discutido na introdução, o presente estudo foi elaborado como um trabalho exploratório sobre o mercado de arte apresentando inúmeros desafios ao longo de sua elaboração. Exploratório, principalmente por não haver informações de fontes variadas disponíveis capazes de oferecer múltiplas visões sobre o tema, assim como, interlocutores suficientes para aguçar o debate principalmente no país.

Deste modo, um dos primeiros e principais desafios da pesquisa foi superar a falta de bibliografia brasileira sobre o assunto. Nos últimos anos, alguns estudos sobre o mercado de arte tem identificado esta deficiência, tal fator, por si só já se trata de um importante avanço, contribuindo para gerar pesquisas futuras que busquem avançar o diálogo, produzindo um debate mais diversificado sobre o tema.

Uma consideração importante a ser feita em relação à pesquisa é pensar que tanto o campo artístico em termos globais quanto o mercado não são entidades monolíticas e estáveis. Grande parte de seu movimento, principalmente no que diz respeito ao mercado de arte, está condicionado às condições econômicas vigentes e deste modo deve ser analisada em relação a este campo.

Assim, a crise econômica mundial de 2008 produziu um efeito de retração do mercado tradicional europeu e americano e que mais tarde se refletiu no mercado de arte brasileiro. Com a perspectiva de recessão econômica no ano em curso e nos anos que se seguem, é possível considerar mudanças significativas no modo como o mercado de arte brasileiro se apresenta hoje. Cenários possíveis são: o fechamento de galerias de pequeno porte, diminuição de contratação de novos artistas e intermediários, cortes na produção de eventos e exposições, e principalmente uma certa restrição na circulação e presença brasileira no exterior.

Caso o panorama presente nos próximos anos seja de crise econômica é possível que haja de fato uma diminuição de circulação internacional, mas pouco provável que tal contexto chegue a afetar de maneira profunda as instâncias artísticas mais tradicionais, mantendo-se assim a maior parte do calendário de eventos importantes do mapa internacional das artes.

Ainda em relação à arte pensada em termos globais, conforme já discutidos em capítulos precedentes, embora o panorama apresentado seja de certa diversificação, persistem os efeitos de dominação e intercâmbio desigual, assim como o poder de decisão e construção do valor permanecem assentados num número restrito de países, cujo cenário tende a se alterar pouco nos próximos anos (Quemin, 2014, p.28).

Em relação ao Brasil, ainda que o campo artístico esteja adquirindo um caráter mais profissional, sua estabilidade se assenta sob um alicerce bastante frágil. De um lado, está colocado o mercado, cuja expansão e crescimento é sustentado sob dois pilares: a estabilidade e crescimento econômico tanto nacional quanto mundial e a sujeição ao financiamento estatal presentes nas políticas públicas apresentadas para o setor. Qualquer pequena alteração em um desses pilares produzirá uma completa transformação do panorama apresentado hoje.

Além disso, é possível constatar que a maior parte das galerias que hoje atuam no mercado tem período de existência inferior a 10 anos, dificultando uma projeção de seu funcionamento a longo prazo.

Levando em consideração tais fatores é ainda bastante cedo para falarmos em estabilização do campo artístico brasileiro ou em sua expansão e profissionalização. Reconstituindo os elos históricos, é possível perceber que o mercado de arte no Brasil parece estar marcado por certos surtos de crescimento e expansão (como o que ocorreu nos 1970 e é analisado por Durand) e períodos de maior retração.

Em relação às instituições, o panorama confirma as hipóteses apresentadas no projeto de pesquisa. As instituições brasileiras permanecem em estado de grande debilidade e desarticulação.

Se hoje a rápida passagem de Edegar Cid Ferreira pelo campo artístico brasileiro é pensada pelos agentes do campo como um episódio pontual e sua figura vista como caricatural, a vitalidade de muitas instituições ainda se expressa em termos personalistas, isto é, com figuras-chaves que de tempos em tempos surgem e desaparecem de cena, criando espaço para oportunismos centralizadores e descontinuidades de propostas de trabalho.

Os abalos periódicos sofridos por estas instituições não apenas renovam os quadros atuantes continuamente, como fragilizam seu poder de mediação e consagração artística.

O campo artístico brasileiro é ainda hoje um espaço privilegiado para a rápida ascensão pública e prestígio social. Difícil imaginar outro setor, mesmo no campo cultural, que possibilite com tanta facilidade o surgimento de atores sem nenhum histórico de relacionamento com o campo e que passem a ocupar posições decisivas em período tão curto de tempo.

Uma das tarefas mais difíceis, e por isso mesmo uma das mais importantes hoje, talvez seja delinear o perfil da elite brasileira envolvida nas instâncias artísticas, assim como também um perfil do colecionador atual. A liquidez do mercado, o sucesso das feiras e a expansão das galerias comprovam a existência de um núcleo de colecionadores assíduos e conscientes em relação a suas aquisições.

Porém, percebe-se que ao contrário do que acontece fora do país onde dezenas de colecionadores se tornaram figuras públicas extremamente requisitadas para discutir a arte contemporânea, no Brasil os colecionadores buscam ao máximo manter sigilo de suas aquisições e tem pouco envolvimento com a esfera pública. Sendo assim, o acesso a estas figuras fica em grande parte resguardado pelos laços construídos dentro dos núcleos de classes sociais.

Sem uma delimitação do perfil destes consumidores ou dos agentes atuantes nas esferas decisórias é difícil avaliar ou traçar comparações com outros momentos históricos levando em consideração a unidade ou fragmentação, os interesses ou os projetos desta elite contemporânea.

A década de 1950 notabilizou-se pela criação de algumas das principais instituições artísticas e acervos museológicos existentes ainda hoje no país. As circunstâncias do período envolvem uma série de fatores que vão do esfacelamento europeu como potência política à ajuda americana que busca garantir sua presença e influência no país tendo como pano de fundo um tenso contexto internacional. A elite dirigente do período mobilizou vultosos recursos financeiros, políticos e simbólicos no sentido de dotar a nação de aparatos culturais semelhantes àqueles vigentes nos países hegemônicos. (Miceli, 2002)

Tais projetos resultaram sem dúvida em experiências ímpares e bem sucedidas, porém, levados a cabo por figuras personalistas, jamais conseguiriam estabelecer políticas claras de andamento administrativo. Um exemplo evidente deste processo diz respeito a Bienal de São Paulo. Se por um lado a instituição figura como um espaço decisivo de representação artística no país, por outro, ela permanece ainda nos dias atuais num empasse de gestão que se arrasta há décadas. O problema de gestão sem dúvida remonta à sua origem, cuja figura centralizadora de Ciccillo Matarazzo é expressão máxima deste processo³⁴.

Em décadas mais recentes, os projetos mais significativos de adensamento institucional no país se fizeram através dos grandes conglomerados econômicos que decidiram consolidar sua presença na área cultural através da criação de fundações e institutos. São exemplos deste processo o surgimento de instituições como Itaú Cultural, Instituto Moreira Salles e Centro Cultural Banco do Brasil. Embora tais iniciativas corporativas tenham surgido possivelmente como estratégias com o intuito de promover o nome destas fundações financeiras, o resultado em grande parte positivo de suas ações e de suas parcerias com o Estado, as tem colocado em papel de substituir o aparato museológico construído em décadas anteriores. Já que concorrem com as instituições públicas pela alocação de verbas e tendem a ser vistas pelo público em geral como espaços públicos de disseminação de cultura (Miceli, 2002).

É possível perceber que a diversificação do campo das artes, resultado tanto do crescimento do mercado privado, quanto da internacionalização das práticas tem representado novas possibilidades de atuação. Se por um lado as novas forças atuantes parecem ter diversificado os projetos e dinamizado o funcionamento do sistema artístico, por outro, tem se tornado cada vez mais difícil estabelecer distinções entre os interesses e intenções do mercado privado em contrapartida as instâncias públicas.

Sem necessariamente separar os segmentos entre legítimos e ilegítimos, a tentativa do trabalho foi compreender o funcionamento básico do mercado de arte,

³⁴ Cypriano, Fábio. Bienal 60 anos, caderno especial. Folha de S.Paulo 27/09/2011.

tanto nacional, quanto internacional, acreditando que a partir deste exercício será possível avançar a discussão em outras vertentes, como por exemplo, a alocação de verbas estatais ou os artistas enquanto trabalhadores deste sistema.

REFERÊNCIAS:

Abbing, Hans. *Why are Artists Poor? The Exceptional Economy of Art*. Amsterdam University Press, Amsterdam, 2002.

Anjos, Moacir. *Local/Global: Arte em trânsito*. Jorge Zahar Editor. Rio de Janeiro. 2005.

Alambert, Francisco & Canhête, Polyana Lopes. *As Bienais de São Paulo: da era do Museu à era dos curadores*. São Paulo. Boitempo. 2004.

Arantes, Paulo. *Sofística da Assimilação In: Zero á esquerda*. São Paulo. Conrad. 2004.

Arruda, Maria Arminda do Nascimento. *Metrópole e Cultura: São Paulo no meio do século XX*. São Paulo. Edusc. 2001.

_____. *A Política Cultural: Regulação Estatal, Mecenato Privado*. Revista Tempo Social vol.15 nº2. São Paulo Nov. 2003.

Becker, Howard. *Art Words*. University of California Press. California. 1982.

Belting, Hans. *The Global Contemporary and the Rise of the New Art Worlds*. Paperback. 2013.

Bourdieu, Pierre. *A Economia das Trocas Simbólicas*. São Paulo. Perspectiva. 1992.

_____. *As Regras da Arte*. São Paulo. Companhia das Letras. 1996.

_____. *A Produção da Crença*. Porto Alegre. Ed Zouk. 2001.

_____. *A Distinção: Crítica Social do Julgamento*. São Paulo. Edusp e Editora Zouk. 2007.

Bourdieu, Pierre e Darbel, Alain. *O Amor pela Arte: os museus de arte na europa e seu público*. São Paulo. Edusp e Ed. Zouk. 2007.

Bueno. Maria Lucia. (org). *Sociologia das Artes Visuais no Brasil*. São Paulo. Editora Senac. 2012.

Bulhões, Ana Amélia. (org). *As Novas Regras da Arte no Brasil*. Porto Alegre. Edito-

ra Zouk. 2014.

Castello, José. Cultura. In: Lamounier, B. & Figueiredo, R. (orgs). A era FHC: um balanço. São Paulo. Cultura Editores Associados. 2002.

Burguer, Peter. Teoria de Vanguarda. São Paulo. Cosac Naify. 2012.

Cevasco, Maria Elisa. Para ler Raymond Williams. São Paulo. Paz e Terra. 2001

_____. Dez lições sobre estudos culturais. São Paulo. Boitempo. 2003.

Durand, José Carlos. Arte, Privilégio e Distinção. São Paulo. Perspectiva. 1989.

_____. Política Cultural e Economia da Cultura. São Paulo. Ateliê, Editorial. Edições Sesc SP. 2013.

Eagleton, Terry. A Ideologia da Estética. Rio de Janeiro. Zahar. 1993.

_____. A Ideia de Cultura. São Paulo. Editora Unesp. 2000.

Earp, Fábio Sá & Kornis, George. O Mercado de Artes Visuais: características e tendências. IN: Calabre, Lia (org). Políticas culturais - Pesquisa e Formação. São Paulo Relatório Itaú Cultural. 2012.

Featherstone, Mike. Cultura de Consumo e Pós Modernismo. São Paulo. Studio Nobel. 1995.

Featherstone, Mike. O Desmanche da Cultura. São Paulo. Studio Nobel. 1997.

Fialho, Ana Letícia. As Exposições Internacionais de Arte Brasileira: discursos, práticas e interesses em jogo. Revista Sociedade e Estado, Brasília, v. 20, n. 3, set./dez. 2005.

_____. O Brasil está o mapa? Reflexões sobre a inserção e a visibilidade do Brasil no mapa internacional das artes. In: Bueno, Maria Lucia. (org). Sociologia das Artes Visuais no Brasil. São Paulo. Editora Senac. 2012.

_____. Economia das Exposições de Arte Contemporânea. Políticas culturais, pesquisa e formação. São Paulo Relatório Itaú Cultural. 2012.

Findley, Michael. The Value of Art. Munich, London, New York. Prestel Verlag. 2014.

Fleck, Robert. El sistema del arte en siglo XXI. Buenos Aires. Mardulce Editora.

2013.

Guilbaut, Serge. How New York stole the Idea of Modern Art. University of Chicago Press. 1985.

_____. Respingos na Parada Modernista: A invasão da arte abstrata no Brasil, 1947, 1948. ARS Ano 8 Nº 18.

Grefe, Xavier. Arte e Mercado. São Paulo. Iluminuras: Itaú Cultural, 2013.

_____. A Economia Artisticamente Criativa. Iluminuras: Itaú Cultural. 2015.

Hauser, Arnold. História Social da Arte e da Literatura. São Paulo. Martins Fontes. 1995.

Heinich, Nathalie. A Sociologia da Arte. São Paulo. Edusc. 2008.

_____. Práticas de Arte Contemporânea: Uma abordagem pragmática a um novo paradigma artístico. Sociologia & Antropologia. Rio de Janeiro, v.04.02. Outubro, 2014.

_____ & Shapiro, Roberta. Quando há Artificação? Revista Sociedade e Estado - Volume 28 Número 1 - Janeiro/Abril 2013.

Huyssen, Andreas. "Escapando da Amnésia: o museu como cultura de massa". In: Memórias do modernismo. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1996.

Jameson, Fredric. A Virada Cultural: reflexões sobre o pós-moderno. Rio de Janeiro. Civilização Brasileira. 2006.

Maan, Hans Van. How to Study Art Worlds. On the societal functioning of aesthetic values. Amsterdam University Press. 2009.

MC Andrew, Clare. Fine Art and High Finance. Expert Advice on the Economics of Ownership. New York, Bloomberg Press. 2010.

Mesquita, Ivo. Bienais, Bienais, Bienais. Revista USP. São Paulo. N 52, p 72-77, dezembro/fevereiro. 2001/2002.

Miceli, Sergio. Intelectuais e Classe Dirigente no Brasil (1920-1945). São Paulo. Difel. 1979.

_____. (org). Estado e Cultura no Brasil. São Paulo. Difel. 1984.

_____. Mercado de Arte 2000. In: Marques, R. & Vilela, L. H. (orgs.) Valores: arte, mercado, política. Belo Horizonte. Editora UFMG. 2002.

_____. Nacional Estrangeiro: História social e cultural do modernismo artístico em São Paulo. São Paulo. Companhia das Letras. 2003.

Moulin, Raymonde. O Mercado de Arte: mundialização e novas tecnologias. São Paulo. Edusp e Editora Zouk 2007.

Nabuco, Maria Regina. A Agenda básica do Estado neoliberal. In: Marques, R. & Vilela, L. H. (orgs.). Valores: arte, mercado, política. Belo Horizonte. Editora UFMG. 2002.

Naves, Rodrigo. A Forma Difícil: ensaios sobre arte brasileira. São Paulo. Ática. 1996.

_____. O Vento e o Moinho: ensaios sobre arte moderna e contemporânea. São Paulo. Companhia das Letras. 2007.

Obrist, Hans Ulrich. Uma Breve História da Curadoria. São Paulo. BEI Comunicação. 2010.

O'Doherty, Brian. No Interior do Cubo Branco: a ideologia do espaço da arte. São Paulo. Martins Fontes. 2002.

Ortiz, Renato. Mundialização e Cultura. São Paulo. Editora Brasiliense. 1996.

Quemin, Alain. Fialho, Ana Leticia. (orgs.) O Valor da obra de arte. São Paulo. Metalivros. 2014.

_____. The Impact of Nationality on the Contemporary Art Market. Sociologia & antropologia | rio de janeiro, v.05.03: 825 – 856, dezembro, 2015.

Ramos, Alexandre Dias. (org). Sobre o ofício do curador. Porto Alegre. Editora Zouk. 2010.

Rezende, Renato; Bueno Guilherme. (orgs.). Conversas com Críticos e Curadores. Rio de Janeiro. Editora Circuito, Lamparina. 2013.

Robertson, Ian. Understanding Art Markets and Management. Routledge. New York. 2005.

Robertson, Ian. *The Art Business*. Routledge. New York. 2008.

Sarlo, Beatriz. *Modernidade Periférica: Buenos Aires entre 1920 e 1930*. São Paulo. Cosac Naify. 2010.

Pinheiro Filho, Fernando Antonio. *Lasar Segall: arte em sociedade*. São Paulo. Cosac Naify e Museu Lasar Segall. 2008.

Thorton, Sarah. *Sete dias no Mundo da Arte. Os bastidores, tramas e intrigas de um mercado*. Editora Agir – Sinergia. 2010.

Tomkins, Calvin. *As Vidas dos Artistas*. São Paulo. BEI Comunicação. 2009.

Velthuis, Olav. *Talking Prices: Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art*. (Princeton Studies in Cultural Sociology.) Princeton University. 2005.

_____. *Damien's Dangerous Idea: Valuing Contemporary Art at Auction*. In: Beckert, Jens (org.). *The Worth of Goods, Valuation and Pricing in the Economy*. New York. Oxford University Press. 2011.

Wacquant, Loïc. *Mapear o Campo Artístico*. *Sociologia, Problemas e Práticas*. n.º 48, 2005.

Yúcida, George. *Conveniência da Cultura. Usos da Cultura na era Global*. Belo Horizonte. Editora UFMG. 2006.

Wu, Chin-Tao. *Privatização da Cultura: a intervenção corporativa nas artes desde os anos 80*. São Paulo. Boitempo. 2006.

_____. *Bienais sem Fronteiras*. *Novos Estudos*. CEBRAP. 94. Novembro de 2012.

IMPRENSA

Art Forum. "The Museum Revisited - Especial Issue". Summer. 2010.

Beaven, Roger. "Damien Hirst Rewriting the Rules of Market". Artintern.net 06/08/2008. Disponível em: <http://en.artintern.net/index.php/review/main/html/4/343>. Acessado em: 20/05/2016.

Buchholdz, Lara. Wuggeing, Ulf. "Cultural Globalization Between Myth and Reality: The case of contemporary visual arts". Art-e-Fact. Disponível em: http://artefact.mi2.hr/a04/lang_en/theory_buchholz_en.htm. Acessado em: 03/06/2016.

Carvalho, Mario Cesar. "A morte do MASP". Folha de S. Paulo. 13/jun/2005.

Carver, Antonia. "Are Auction Houses Moving onto Gallery Turf? "Bildoun Magazine. 2008. Disponível em: <http://bidoun.org/articles/art-market-are-auction-houses-moving-onto-gallery-turf>. Acessado em: 10/05/2016.

Celérier, Philippe. "Pura Especulação". Le Monde Diplomatique. 01/08/2008. Disponível em: <http://www.diplomatique.org.br/artigo.php?id=232>. Acessado em: 30/08/2008.

Cypriano, Fábio. Bienal 60 anos - caderno especial - Folha de S. Paulo. 27/set/2011.

Costa, Breno. "Mecenas de Inhotim nega ser réu em ação penal". Folha de S. Paulo. 17/set/2009.

Chan, Michelle. "The Fair-tigued: are there too many art fairs?" Art Radar. 27/03/2015. Disponível em: <http://artradarjournal.com/2015/03/27/fair-tigued-are-there-too-many-art-fairs/>. Acessado em: 30/08/2016.

Delsalle, Jean Mun. "The Art Fair Boom is Forever Changing the Way Art Market Does Business". Fobers Magazine. 07/04/2016. Disponível em: <http://www.forbes.com/sites/yjeanmundelsalle/2016/04/07/the-art-fair-boom-is-forever-changing-the-way-the-art-market-does-business/#53a6304c56ec>. Acessado em: 30/08/2016.

Fialho, Ana Letícia. “O IBRAM, o mercado de arte, os desacertos das políticas públicas e a salvaguarda do patrimônio cultural nacional”. Fórum Permanente, janeiro de 2014. Disponível em: <http://www.forumpermanente.org/imprensa/instituto-brasileiro-de-museus-ibram/ibram-mercado-de-arte-politicas-publicas-salvaguarda-patrimonio-cultural>. Acessado em: 02/10/2012.

_____. “Mercado de arte: global e desigual”. Revisto Trópico. Março/2005. Disponível em: <http://p.php.uol.com.br/tropico/html/textos/2551,1.shl>. Acessado em: 02/11/2012.

Kato, Gisele. “O mercado que virou curador” – Revista Bravo. Edição 177. Maio 2012.

Maia, Lucas Abreu. “Mundo da Arte vive boom de Leilões”. Revista Exame. 23/03/2015. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/revista-exame/edicoes/1085/noticias/mundo-vive-boom-dos-leiloes-de-arte>. Acessado em: 30/08/2016.

Mesquita, Lígia. “A arte de comprar arte”. Folha de S. Paulo. 06/set/2008.

Moreschi, Bruno. “A arte de fazer um quadro de US\$ 1 milhão”. Piauí. Maio 2009.

Pollock, Barbara. “The Chinese Art Explosion”. Artnews. 01/09/2008. Disponível em: <http://www.artnews.com/2008/09/01/the-chinese-art-explosion/>. Acessado em: 13/06/2016.

Naves, Rodrigo. “A Arte Brasileira se profissionalizou”. Le Monde Diplomatique. Brasil. Novembro 2010.

Reis, Cecília. “Parede bem vestida”. Revista da Folha, Folha de S. Paulo. 27/jun/2008.

Russel, John. “Leo Castelli, influential Art Dealer, Dies at 91”. New York Times. 23/08/1999. Disponível em: http://www.nytimes.com/1999/08/23/arts/leo-castelli-influential-art-dealer-dies-at-91.html?_r=0. Acessado em: 05/07/2016.

Sodré. Cândida. “O valor do Glamour”. Dasartes. Maio 2009.

White, Helen. "Bilbao's Guggenheim Continues to Divide". dw.com. Disponível em: <http://www.dw.com/en/bilbaos-guggenheim-continues-to-divide/a-15904659>.

Acessado em: 10/05/2016.

Wullschlager, Jakie. "Damien Hirst muda relação arte-dinheiro". Folha de S. Paulo. 14/set/2008.

ÍNDICES:

Artprice. The Contemporary Art Market Report 2015. Disponível em: <http://www.artprice.com/artmarketinsight/reports>. Acessado em: 12/07/2016.

Artprice. The Art Market Report in 2015. Disponível em: <http://www.artprice.com/artmarketinsight/reports>. Acessado em: 12/07/2016.

TEFAF. Art Market Report 2013. The Global Art Market with focus on China and Brazil. Disponível em: arteconomics.com/#publications. Acessado em: 20/08/2016.

Latitude (Platform for Brazilian Art Galleries Abroad) 2º, 3º e 4º Estudo Setorial: O Mercado de arte no Brasil. <http://www.latitudebrasil.org/publicacoes/>. Acessado em: 15/07/2016.