

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”

FACULDADE DE ARQUITETURA ARTES E COMUNICAÇÃO- FAAC

CAMPUS BAURU

JONAS SULURICO DOS SANTOS LIÃO

O MERCADO DE ARTE:

QUESTÕES SOBRE AUSÊNCIA E PRESENÇA DA ATIVIDADE
EM TERRITÓRIO BRASILEIRO

BAURU

2018

JONAS SULURICO DOS SANTOS LIÃO

O MERCADO DE ARTE:
QUESTÕES SOBRE AUSÊNCIA E PRESENÇA DA ATIVIDADE
EM TERRITÓRIO BRASILEIRO

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Departamento de Artes e Representação Gráfica, como requisito para aprovação e obtenção do título de bacharel no curso de Artes Visuais, da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação na Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho.

Orientação: Prof. Dr. Luiz Fernando da Silva

BAURU

2018

JONAS SULURICO DOS SANTOS LIÃO

O MERCADO DE ARTE:
QUESTÕES SOBRE AUSÊNCIA E PRESENÇA DA ATIVIDADE
EM TERRITÓRIO BRASILEIRO

Aprovado em ____/____/____

Banca examinadora

Prof. Dr. Luiz Fernando da Silva

Orientador

Prof. Dr.^a Luana Maribele Wedekin

Prof. Dr.^a Regilene Aparecida Sarzi Ribeiro

DEDICATÓRIA

Dedicado à história de todos aqueles que não têm história.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a meus pais, Eulélia Sulurico dos Santos e Luciano Carneiro Leão, por tamanha oportunidade e apoio para realização da planejada educação de ensino superior. Ao professor orientador Luiz Fernando da Silva, por sua enorme oferta de paciência, liberdade e acolhimento, ao longo deste projeto. E assim como a colegas e professores que tanto contribuíram, direta e indiretamente, para esta conclusão. Um salve a universidade pública, gratuita e de qualidade. Obrigado a todos.

“Um dos fatos mais significativos sobre nós pode ser finalmente que todos nós começamos com o equipamento natural para viver mil tipos de vida, mas no fim acabamos vivendo apenas uma”. (GEERTZ, 1973, p. 45).

RESUMO

O presente trabalho teve por objetivo, a análise do mercado de arte no Brasil. Tendo como foco aspectos de seu desenvolvimento e funcionamento, que culminam na sua concentração geográfica, principalmente nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro. Para tanto utilizou estudos de campo, na investigação de ambientes concretos do comércio de obras de arte e sua própria auto denegação. Passando pela elaboração de um histórico de sua formação, dessa atividade comercial, e sua relação imigrante e abastada no Brasil. Aplicou conceitos teóricos de Pierre Bourdieu, na sua observação e no levantamento de hipóteses, e considerou como essencial, o mapeamento social, no tempo e espaço, de tal atividade no país. Assim pretendeu entender seu desdobramento geográfico atual. Utilizando ainda da análise e reunião de dados, qualitativos e quantitativos, sejam governamentais ou não, que observam este cenário de consumo no país. Um trabalho que se estabeleceu na forma de uma monográfica, no entanto relacionando-se com um aspecto próprio de elaboração, no modo de sua escrita, mais próxima e pessoal.

Palavras-Chave: Mercado de Arte. Consumo Cultural. Bens simbólicos. Sociologia de arte. Arte Brasileira.

ABSTRACT

The present research has the objective, the analysis of the art market in Brazil, focusing on aspects of its development and functioning, which consequently end up concentrating, in São Paulo and Rio de Janeiro. Therefore investigating with field studies, specific trade environments of the art market and your own self denegation. Presents a history of its formation, of this commercial activity, and its rich and immigrant relationship in Brazil. Applied theoretical concepts of Pierre Bourdieu, in observation and hypothesis, considering social mapping as essential, in time and space, of this activity in the country. Thus, intending to understand his present geographical situation. Using qualitative and quantitative data and analyzes, both governmental and non-governmental, that observe this scenario of consumption in the country. A work that was established in the form of a monograph, but related to a particular aspect of the elaboration, in the sense of his writing, closer and personal.

Keywords: Art Market. Cultural Consumption. Symbolic goods. Sociology of art. Brazilian Art.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Foto frente e verso do crachá de identificação	17
Figura 2 - Vista para o Térreo do pavilhão Ciccillo Matarazzo	37
Figura 3- Mapa da Feira Parte	41
Figura 4- Imagem de esquema da pesquisa do PSCB	70
Figura 5- Rio de Janeiro do Castelo	91
Figura 6- Rua do Ouvidor Rio de Janeiro (Detalhe)	97
Figura 7- Pietro M. Bardi e Assis Chateaubriand na inauguração do MASP- 1947	109
Figura 8- Juscelino Kubistchek e Yolanda Penteado na Quinta Bienal de São Paulo	114
Figura 9- Vista aérea da cidade de São Paulo (Detalhe)	118
Figura 10- Esquema gráfico do Campo de Produção Artístico	141
Figura 11- Aspectos que caracterizam o habitus	142
Figura 12 – Henri de Toulouse-Lautrec defecando na praia de Crotoy	145
Figura 13- Eles me recusaram isso... Os ignorantes!!	146

LISTA DE TABELAS

Tabela 1- Tem o hábito de frequentar/praticar segundo o PSCB.....	67
Tabela 2 - Mais gostam de frequentar/ praticar segundo o PSCB.....	67
Tabela 3 - O que mais frequenta/ prática segundo o PSCB	68
Tabela 4 - Atividades que realizou fora de casa no último ano segundo o PSCB	69
Tabela 5- Relação elaborada de rendimentos e despesas médias familiares por cidade	131

SUMÁRIO

Introdução	13
Capítulo 1	15
O encontro: A primeira vez no mercado	15
Galerias em Debates	17
A SP-Arte	37
A Feira Parte	41
Considerações	48
Capítulo 2	52
A correspondência: Os números da geografia do mercado.....	52
Distribuição e investimento cultural no Brasil	53
A análise econômica do campo de produção artístico.....	71
Considerações	74
Capítulo 3	78
A ocorrência: O mercado de arte e seu histórico.....	78
Aspectos de desenvolvimento do estado atual	79
França 1860: As condições de formação de um mercado de arte	80
O Pós-Guerra: O desenvolvimento de um mercado em nível global	84
O mercado de arte no Brasil	90
As artes no segundo império brasileiro	91
Na república: 1889 a 1920.....	97
A Europa de um Brasil sem Europa: 1930 a 1947	103
Instâncias de consagração um negócio a se consagrar: 1947 a 1960	109
As condições de desenvolvimento do mercado artístico brasileiro: 1960 a 1980	114
A profissionalização e o surto do mercado de arte no Brasil	118
Considerações	128

Capítulo 4	134
O impacto: Subsídios teóricos em Bourdieu para análise do mercado de arte no Brasil.....	134
O processo de autonomização do campo Artístico.....	134
Conceitos de Bourdieu	137
A boêmia e sua polarização	142
Os desdobramentos da boêmia: A lógica interna do mercado de arte	146
Considerações Finais: Subsídios sobre a concentração geográfica do mercado de arte nacional	166
APÊNDICE — Conteúdo extra	193
ANEXO A — Falas, menções e referências da palestra “Marcos Legais” de Celso Grisi em Galerias em Debates: mudanças e oportunidades	194
ANEXO B — Mapa da localização do comércio de arte em São Paulo a 1980	211
ANEXO C — Mapa da localização de galerias de arte no Guia Arte e Cultura São Paulo 2017	212
ANEXO D — Mapa da Feira SP-Arte 2017	213

Introdução

A frequente recorrência de dúvidas acerca do mercado de arte, sejam de recém interessados nessa produção, sejam daqueles que pretendem produzir, foi o marco inicial da elaboração deste trabalho. Confrontado em ambiente universitário, a posse deste tipo de informação e conhecimento, se mostrara literalmente custosa e barrada. Tanto uma aversão à finalidade econômica, por interessados do meio artístico, quanto uma distância espacial, e como entenderemos social, desmobilizavam qualquer clareza de observação, quanto a tal atividade. Desta forma, este comportamento e posição resultavam em uma orientação de estudantes universitários, rumo as capitais, paulista e carioca. Aqui, questionados ambientes entendidos como promotores de esperança futura nesse meio de produção, únicos no cenário nacional.

Assim esse trabalho constituiu-se em pesquisa acerca do mercado de arte e suas principais características. Procurando delas, perceber seus mais relevantes aspectos em território nacional. Tal trabalho teve nesta intenção, o objetivo principal de explorar o mercado primário de obras de arte no Brasil, e o melhor entendimento de sua distribuição neste território. Para isto utilizou não só referências bibliográficas que tratam do tema, mas também dados e pesquisas governamentais, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), do SalicNet do Ministério da Cultura e do Atlas Econômico da Cultura Brasileira; assim como de pesquisas panorâmicas sobre o meio de produção cultural no Brasil, caso do Panorama Setorial da Cultura Brasileira em seus dois primeiros volumes. Contribuições que favoreceram um olhar, voltado às condições nacionais, tanto econômicas como culturais desse meio de produção.

Nos seus objetivos ainda se encontrou, a busca do entendimento da presença e do atual estado do mercado de arte em território nacional. Deste modo buscando observar a relevância de movimentados meios do mercado de arte no país, como São Paulo e Rio de Janeiro, perante o silêncio de funcionamento fora deles. O que justifica a procura de indícios que constroem esta forma de percepção, dando mais concretude às análises e enfoques a sua investigação. Para tanto além do já mencionado, um histórico a respeito do mercado foi elaborado, do desenvolvimento internacional à trajetória nacional, principalmente a partir dos autores, Pierre Bourdieu, Anne Cauquelin, Raymond Moulin, Alain Quemin, Carlos Durand,

Ana Letícia Fialho e Maria Lúcia Bueno. Somam-se ainda, pesquisas de campo que proporcionam experiências concretas e dados primários, seja da prática comercial, seja de alguns de seus cenários de funcionamento no país.

O trabalho foi realizado nos anos de 2017 e 2018. Iniciando com uma pesquisa bibliográfica introdutória sobre o mercado de arte, com Raymond Moulin, seguido de inserções a campo, observação panorâmica de dados de seu consumo, historicização da atividade, e conclusão da análise de tais processos pelo emprego de conceitos teóricos de Pierre Bourdieu. As pesquisas de campo, foram realizadas em território nacional na capital paulista. Estas contaram com registros, escritos e de gravação sonora em aparelho inteligente de telefonia celular; foram às feiras comerciais de arte, SP-Arte, Feira Parte, e o evento Galerias em Debate, os ambientes dos episódios pesquisados, todos do ano de 2017. Duas entrevistas além dos depoimentos recolhidos em campo, também foram realizadas em 2018, para a presente pesquisa, porém sua pequena quantidade não possibilitou uma análise comparativa sobre o território nacional.

A estrutura deste trabalho confere-se em caráter próprio, por causa da relação que pretendeu caracterizar com o objeto de pesquisa, o mercado de arte. Nele apesar da condução em forma de uma monografia, os títulos de cada capítulo, pretendem demonstrar parte do processo de elaboração da pesquisa, assim como o contato entre pesquisador e objeto pesquisado. Dinâmica que procura conduzir o leitor, a passos e descobertas, que se assemelham a aquelas realizadas pelo pesquisador no transcurso de sua investigação. Daí sua estrutura nos seguintes títulos: O encontro, A correspondência, A ocorrência e O impacto. Trabalhando sua especificação de modo mais abrangente a partir dos subtítulos de cada capítulo. O caráter um tanto ensaístico ainda leva em conta, as considerações finais deste trabalho, que relega a construção de hipóteses muitos de seus importantes desdobramentos.

Capítulo 1

O encontro: A primeira vez no mercado

Perante o tema de análise, o mercado de artes visuais no Brasil e suas relações com cidades de referência, como São Paulo e Rio de Janeiro, foram organizadas pesquisas de campo localizadas, para obtenção de experiências e dados mais específicos. Estas pesquisas aconteceram mediante viagens, que, partindo da cidade de Bauru, levaram a estadias na capital paulista, para observação e coleta de informações, sobre as relações entre os agentes desse mercado, em eventos específicos da área. O evento de palestras **Galerias em Debates**, dedicado à discussão do galerismo e as feiras de Arte, **SP-Arte** e **Feira Parte**, ambientes de negociações, são as participações que são analisadas nesse capítulo, a partir da captação de expectativas profissionais, conversas sobre estratégias e hipóteses sobre o mercado, concedidas por tipos variados de atores e entusiastas deste meio.

A Seleção desta amostra de eventos, se deu na delimitação da observação do mercado primário de obras de arte¹, investigando as formas de atuação de seus agentes e as possíveis estratégias realizadas, no ambiente da capital paulistana. Esta foi uma medida, que se voltou à busca da não generalização, ocorrida por vezes em análises deste meio. A pesquisa de campo ocorreu em grande parte da realização do trabalho, orientando-se a partir da agenda de eventos programados no ano de 2017. Sendo realizada entre os dias 27 de Março e 10 de novembro. Assim esta pesquisa se caracterizou principalmente como uma observação sistemática, em condições controladas com a participação do pesquisador.

Dividido por eventos, este capítulo conta com três partes, mais considerações finais a respeito da etapa de análise. Nelas são galeristas, marchands, curadores, artistas visuais, pesquisadores e até designers, os produtores que demonstram falas e discursos, prontos a destaques formais ou pejorativos do próprio ofício e modo de atuação. Ali em ambientes distintos, dedicados ao consumo cultural de um público alvo, que, ainda nada parece ter de popular, se sobressaem, as diferentes relações e formas de realização que promovem os eventos e as produções neste meio. Pessoas e apoiadores recorrentes, vistos em mais de um,

¹ Mercado primário ou secundário se referem a modelos de negócio praticado. O Mercado primário é formado por galerias que representam artistas em atividade, se ocupando de obras que estão sendo comercializadas pela primeira vez (FIALHO, Ana Letícia, 2014, p.37).

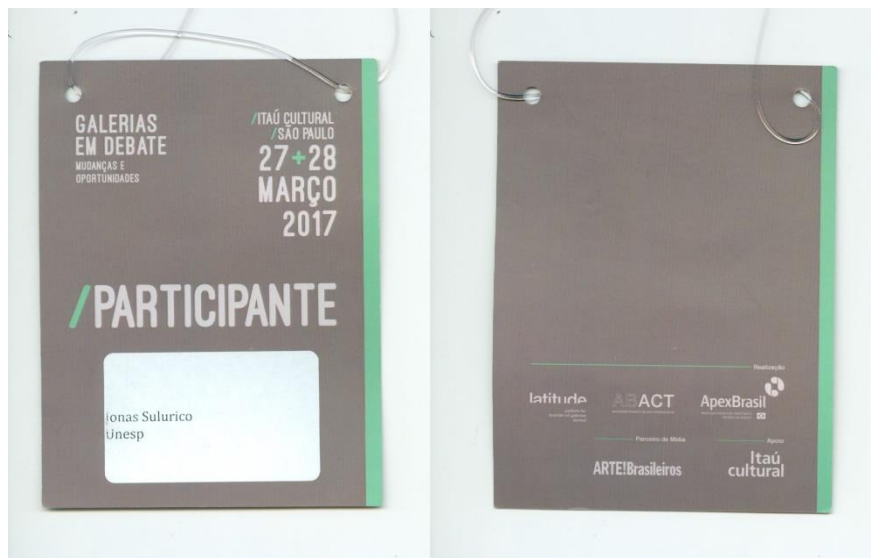
se não em todos os eventos. O que gera uma possível referência vaga ou indireta, sobre possível concentração desse campo de atividades no Brasil.

Tal pesquisa de campo, focando nas contribuições que os eventos selecionados, garantiriam a observação de seu tema, também analisou as relações entre atores do mundo da arte e suas formas de negociação de valor, tanto estético quanto econômico. Neste capítulo, o principal objetivo é retratar e demonstrar, a partir das experiências em campo, os ambientes ligados à comercialização de obras de arte e suas características. Serão transcrições de discussões e preocupações apresentadas em momentos diversos dos eventos, tanto por parte do autor como de seus participantes. Como complemento, o capítulo ainda conta com anexo, que amplia temas e fatores mais técnicos, de palestra e exposições, isto a partir da transcrição de evento participado.

Notadamente o capítulo também envolverá informações do referencial teórico. Na intenção de oferecer os subsídios que guiaram e que possam guiar o olhar sobre as experiências desse campo de produção. Neste aspecto, referenciais que possibilitaram visualizar a transposição de conceitos e ideias, a partir de outros referenciais primários e experiências, mas que acabaram por se mostrar redundantes, colocados de modo separado deste capítulo. Autores que possam em passagens, apresentar um breve histórico e informações úteis que completem a experiência observada.

Galerias em Debates

Figura 1 - Foto frente e verso do crachá de identificação



Fonte: Digitalização do próprio autor

A primeira inserção no trabalho de campo foi nos dias 27 e 28 de março de 2017. Um corpo de palestras e mesas redondas foram preparadas pelo Projeto Latitude², uma parceria entre a Associação Brasileira de Arte Contemporânea (ABACT) e a Agência Brasileira de Promoção e Exportações (Apex-Brasil). Sendo uma parceria já apontada por autores, como Ana Letícia Fialho, testemunha da crescente importância econômica da atividade no país (FIALHO, 2014). Com o nome de **Galerias em Debate: Mudanças e Oportunidades**; o evento foi anunciado, como o primeiro do galerismo no Brasil. Essa modalidade de evento é dedicada à reflexão da atividade, sendo muito comum fora do país, conforme nos relatou participantes no evento.

Este primeiro contato real com formas organizativas do mercado de arte, no evento **Galerias em Debate**, possuía um clima que era menos o formal e mais o “corporativo”.

² De seu Website: “Latitude - Platform for Brazilian Art Galleries Abroad, é um programa desenvolvido para promover a internacionalização do mercado brasileiro de arte contemporânea. Criado em 2007, o programa conta hoje com 51 galerias de arte do mercado primário, localizadas em sete estados brasileiros, representando mais de 1000 artistas contemporâneos. Desde 2011, Latitude é uma parceria firmada entre a ABACT (Associação Brasileira de Arte Contemporânea) e a Apex-Brasil (Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos)”. Acesso em: < <http://www.latitudebrasil.org/sobre-nos/apresentacao/>>.

Estando em período comercial, dia útil da semana, no evento o deslocamento constante de malas executivas, smartphones e computadores pessoais em uso, apesar de banal, aqui aparentavam certa ansiedade das geralmente duplas de pessoas, que esperavam o início do evento. Nele, como próprio de sua intenção, as presenças eram em grande parte, novos galeristas de pequeno e médio porte, associados ou não à ABACT.

Em sua divulgação, o *Galerias em Debate*, situar-se-ia na proposta de abordar ferramentas concretas de trabalho, de modo inspirador e informativo para os profissionais desse mercado, especialmente em relação às as novas mudanças do cenário, a curto e médio prazo. No entanto no decorrer do mesmo, ainda por meu pouco entendimento sobre a lógica do mercado, tudo acabou parecendo formas de apoio moral e incentivo; entregues a partir de relatos, experiências e aforismos calorosos. Perfil que parece habitual nas falas dos eventos de arte visitados. Exemplo: “E por último, sigam os artistas”; disse Jonathan T. D. Neil- diretor global de desenvolvimento comercial da Sotheby’s Institute of Art³ - ao fim de sua palestra no *Galerias em Debate*, como incentivo e orientação .

O evento ocorreu no prédio do Itaú Cultural localizado na Avenida Paulista. São seis e meia da manhã do dia 27 de Março e ali, além dos seguranças, se encontram pessoas responsáveis pela limpeza e algumas poucas pela organização do evento. Eu estava bastante adiantado, pois o evento teria seu início somente às 10h 30min. Encontro o ambiente ainda em predominante deserto. O pé direito do local não é exatamente alto, mas a sala do térreo é de alongada profundidade, arejada e cheia de luz natural. Não se apresenta grandiosa, nem opressiva. O espaço, ambiente já dedicado à promoção cultural, visando ser referência na valorização e na articulação de experiências do tipo⁴, apresenta a montagem de algumas exposições. Fechadas no dia, porém também negligenciadas pelo evento quando abertas.

Perto das nove e meia volto a esse ambiente, existia relativo número de pessoas e um credenciamento acontecia para obtenção de crachás. Neles, informações como nome, e instituição de ofício eram apresentados de peito aberto, sem nenhum constrangimento. Além destas informações, uma interminável troca ocasional de cartões pessoais, acontecia entre os participantes. O controle de pessoas, atribuição de crachás e convites em eventos aqui

³ Sotheby’s é uma das maiores casas de leilões do mundo. Com sede na Inglaterra, fundada em 1744 por Samuel Baker, empreendedor, editor ocasional e livreiro. Hoje é constituída por uma rede global. São 80 escritórios e um o volume de vendas anual que ultrapassa os 4 bilhões de dólares. Sotheby’s Institute of Art- se trata de um programa de ensino na área do mercado de arte desenvolvido a partir 1969, na casa de leilões Sotheby’s.

⁴ Disponível em <<http://www.itaucultural.org.br/quem-somos>> Acesso em: 06 Dez. 2017

descritos, com frequência é dispensado. Se prestando a rigor, somente em momentos indiscretos, do contato com outros públicos, a onde o ambiente deixava de ser reservado, onde existiam mais pessoas do que só as participantes. O controle de horários e a formalização das programações, não me pareceram em diversas ocasiões, a preocupação mais estrita de eventos de arte, sem grandes convenções e regras rigorosas, sempre é possível se encaixar qualquer coisa aqui ou ali.

Tudo se encontra movimentado perto do início do evento, que sem muito atraso, às 10h40min tem sua abertura. À meia luz, em clima temperado e som de fundo tocado durante todo e qualquer intervalo, uma série de realizadores vai ao palco agradecer e celebrar a realização. A presidente da ABACT, Luciana Brito, o coordenador de projetos setoriais da Apex Brasil, Frederico Miranda Silva e Silva e o diretor do Itaú Cultural Eduardo Saron. Momento que acaba por promover a si mesmo e as entidades que representam.

A primeira palestra do evento *Galerias em Debate* é de Jonathan T D Neil, o já comentado diretor global de desenvolvimento comercial da Sotheby's Institute of Art, com o tema: "O papel das Galerias no atual e Futuro sistema das Artes". As galerias enquanto promotoras dos artistas que representam, recorrem a meios de trabalho que lhes ofereçam visibilidade, como as exposições, isto acaba por agregar na quantidade de eventos de arte (MOULIN, 2007). Com esse modo de atuação, entendem-se no papel de "Agente Cultural", pela realização de tais eventos (MOULIN, 2007). Não só aqui nestas palestras, mas em outros eventos visitados, desdobramentos de como se lidar e atuar com tal atribuição, sempre é abordado. Atribuição esta, tratada como espécie de compromisso com a sociedade, que "heroicamente" galeristas pensam como realizar. Uma constante forma de divulgação da atuação dos galeristas, que pude testemunhar e que se observará mais adiante.

A palestra de Jonathan T D Neil, voltou-se inteiramente para relevância das novas tecnologias, enfatizando a importância de usar a experiência em tela, das obras de arte exibidas na internet como forma de divulgação. O uso da internet é fator recorrente em eventos de arte em busca de aplicação. Ainda a esse respeito, ele declara: "Novos artistas, novos públicos, novos colecionadores ⁵", uma referência, a artistas que usam novas tecnologias em produções de obras de arte e a necessidade de adaptação de toda a lógica do

⁵ Uma considerável quantidade de falas de palestrantes está descrita neste capítulo. São o fruto de gravações sonoras e anotações realizadas, durante as pesquisas de campo. Feitas a partir de aparelho inteligente de telefonia celular.

sistema artístico para tanto (BOURDIEU, 1996; MOULIN, 2007). Jonathan incentiva o uso do aplicativo de celular *Instagram* pelas galerias, baseando em sua experiência e em dados do Source: Art Basel and UBS: The Art Market 2016, relatório anual sobre o mercado internacional de artes. Onde pontua que, 7% das vendas globais de arte são representadas por vendas via internet.

Após iniciar apresentação com panorama de aspectos novos, relacionados a vendas via internet e suas possibilidades e consequências no sistema artístico, Jonathan contextualiza historicamente as formas expositivas e suas relações com o espaço. Para assim chegar ao espaço que é a internet, ao ciberespaço. Deste modo destaca que galerias, devem ser mais sensíveis ao que chama experiências 2D, em duas dimensões, na tela dos celulares, aos discursos das obras, que segundo ele, não necessitam estar *in loco* para fruição. Plataformas digitais como forma de apreciação de obras de arte e Marketing. Onde destaca que, o ator norte americano Leonardo di Caprio, já comprou obras pelo aplicativo Instagram.

Salvo considerações a respeito das formas comunicativas pela internet, as interações via rede social entre público e galeria, mas ainda sim relacionado pelas formas recentes de atuação e produção artística, usando novas tecnologias. Em algumas falas aqui descritas, é instigante que perguntas, neste e outros eventos, para os palestrantes, quase sempre culminam em: “O que é arte? E como tratá-la?” Ao fim da palestra de Jonathan, aberta a poucas perguntas pela falta de tempo, o sentido dessas, sempre parece o mesmo, coisas como: “Mas qual a fronteira entre experiências 2D e 3D?” “Como lidar com obras digitais e suas vendas?” Questionamentos de, “quando é e quando não é algo?”, “quando pode e quando não pode algo?” cada vez mais incisivo e direto dependendo de quem é questionado, uma autonomia sempre em negociação. No caso de artistas, o público de iniciados parece sempre à espreita, à procura de um voto de minerva, de um rumo a avaliar, negociar e talvez até questionar.

As características de perguntas da plateia e suas consequências quando ignoradas ou interpretadas da maneira “errada”, pode ser visto no desenrolar da **segunda programação**, primeira mesa do evento Galerias em Debate. O tema discutido foi “Galerias como Agentes Culturais”, entre os convidados e a mediação, estavam, Francisco Salas, diretor e proprietário da galeria espanhola PM8, Pamela Echeverria, sócia fundadora da galeria mexicana Labor, Shifra Shalit, diretora da Galeria Dvir, de Bruxelas e Israel, e a mediadora Jaqueline Martins, sócia fundadora da galeria paulista Jaqueline Martins.

Como agente cultural, os três convidados internacionais eram galeristas que, já nos modos de vestir, comportar e falar, apresentavam um ar de desinteresse “formal”, negação do fim econômico, e de naturalidade em seus ofícios. Diferença contrastante da palestra anterior, que mantinha rígida aparência de negócios, com seu palestrante Jonathan T D Neil sobriamente vestido, com um ar motivacional e direto.

A mesa que inicia, tem uma recorrência de falas dos convidados, que situam as vantagens como grandiosas, perante as dificuldades desprezíveis, que é o de trabalhar com arte. O tempo passava e os participantes, nos davam informações a respeito de seu estado de espírito e expectativas, para a formação de seus negócios. De maneira que anunciavam, que hoje atuavam em um trabalho “recompensador” que somente a arte poderia proporcionar. E como levar este trabalho a meios mais amplos e a sociedade, era gratificante. Exemplo da negação do fim econômico que abrange a atividade, e que será esclarecida em capítulo posterior (BOURDIEU, 1996; MOULIN, 2007); porém neste momento, muito ligada, a atribuição “heroica” de agente cultural. Para não dizer que estratégias comerciais e de atuação não foram abordadas aqui, foi mencionado a necessidade de coerência no programa das galerias⁶ (o artista a que representar, os tipos de obras a se exibir, exemplos de curadoria a se produzir e convidar, regularidade de exposições e eventos), para se gerar certa coerência. No entanto, a pequena passagem não atendeu as expectativas.

O público, ao que parece, esperava ouvir aspectos de gestão e operação por parte dos palestrantes. Orientação esta que seguiu o sentido das perguntas, pois questionavam quais eram as estratégias e os modos de trabalho como agentes culturais. No entanto as respostas caminhavam se configurando a partir de valores subjetivos do tipo: “A estratégia é gostar do que se faz, gostar da arte e de todo o seu potencial”. Uma das convidadas chegou, a expressar a seguinte resposta: “Eu não tenho estratégia nenhuma, eu não preciso ir até o público ou colecionadores, eles veem até a mim” disse Pamela Echeverria. Os motivos pelos quais perguntas e respostas são apresentadas, não são claramente declarados. As reações, são de indignação por parte da plateia. Um público exaltado, mesmo a própria mediadora da mesa, Jaqueline Martins, indignada não acreditou na ausência de estratégias.

⁶ Referente à programação de eventos e exposições dos estabelecimentos.

Perante tenso clima no auditório, após manifestações indignadas, os convidados da mesa com voz mais branda e empática, iniciam respostas, digamos aceitáveis sobre suas atuações:

Eu disse que não tinha estratégias. Mas não é necessariamente isso... Ainda dos anos de faculdade em HARVARD, trago alguns aprendizados. Algumas estratégias, modos específicos de falar sem ter contato com certos públicos... Desses anos anteriores, que acabam por atrair esses tipos de pessoas.

Revelou Pamela Echeverria, sócia fundadora da galeria mexicana Labor. A diretora da galeria Dvir, Shifra Shalit apresentou: “Existem estratégias de interlocução... Para colocar artistas em locais como museus, e locais de visibilidade de colecionadores”.

No entanto a primeira reação, precipitada em resposta a agitação, imediatamente indignada antes do silêncio, é declarada por Francisco Salas, diretor e proprietário da galeria PM8: “Já somos chamados de mais para falar sobre este tipo de coisa! Pensei que o que se queria aqui era falar sobre arte, sobre seu potencial, sua capacidade, suas maravilhas, sobre o que é ser um agente cultural. Não sobre isso”. Uma observação interessante sobre os eventos pesquisados é a resistência ao comentário das estratégias financeiras e operacionais; mais forte por parte de figuras internacionais, ao passo que para os brasileiros, apresenta-se como necessária dependendo de sua condição financeira e de seu prestígio nesse campo de produção.

Para melhor se entender parte do que ficou subentendido nas respostas de Pamela Echeverria, Shifra Shalit e na indignação de Francisco Salas e do público, observe que esse mercado funciona muitas vezes de modo internacional, modo como ocorre sua promoção cultural e a carreira profissional de inúmeros de seus agentes. A partir dos anos de 1960 e 1970, o mercado de arte acontece em lugares de grande movimentação comercial, possuindo um setor de arte contemporânea, estruturado por galerias *Leaders* (MOULIN, 2007). Estas são galerias que contribuem para balizar o território artístico e as tendências dominantes, tendo, que a partir do momento que monopolizam uma determinada tendência ou artista, se tornam os possuidores da oferta -“o vendedor de um quadro, é um vendedor único de um quadro único” (MOULIN, 2007, p. 14)- precisam então formular uma demanda suscetível. Para isso operam com técnicas e estratégias de promoção comercial e difusão cultural, na lógica própria do meio artístico.

Assim estas galerias *Leaders*, atuam em relação a outros atores. Onde podem mobilizar em nível internacional, uma importante rede de pares, outras galerias, estabelecendo uma espécie de coalizão informal. Estes negociantes de arte combinam para, cada um a sua esfera, promover uma mesma inovação artística (MOULIN, 2007). Como se testemunhou pela resposta de Shifra Shalit. Estas formulações de acordos informais, compreendem uma atitude de período curto, levando junto a galeria *Leader*, outros atores e agentes, tanto econômicos como culturais, agirem rapidamente e de comum acordo para inserção de artistas em lugares necessários a sua promoção; grandes revista, museus, coleções, grandes manifestações culturais internacionais, entre outros (MOULIN, 2007).

A segunda mesa, **terceira programação**, apontou possíveis condições peculiares de atividade do campo artístico nacional. As declarações a respeito de modos de trabalho, rumo à conquista do sucesso financeiro, nela, mostram uma reflexão diferente. Algo como uma condição lamentavelmente existente. Nas falas do curador independente Ivo Mesquita, da sócia e fundadora da galeria Fortes D'Aloia & Gabriel, Márcia Fortes e da colaboradora do Ateliê 397, Thais Rivitti, a mesa mediada pelo artista Beto Shwafaty, trazia como proposta, a pergunta sobre deslocamentos da função habitual ou imaginada de atores e agentes do mundo da arte. Tendo o mediador, argumentado que, o museu, a galeria e o espaço independente, definidos como espaço de consagração, comercialização e experimentação, não mais abrange o número de propostas dos mesmos. Elencado o objetivo inicial, Beto Shwafaty diz: “O mundo da arte não se limita somente ao mercado da arte, mas sim é constituído por longas cadeias de cooperações. Sendo importante sempre frisar que, o trabalho de todos está linkado e articulado pelas práticas artísticas”, argumentando que sem elas nada existiria.

A primeira a falar, a galerista Márcia Fortes, da Fortes D'Aloia & Gabriel, disse que pensar um caso que desafie as definições usuais de sua atuação, seria pensar o cotidiano de trabalho em sua galeria. Já que, muitas vezes a visão externa lhe parece limitadora. Decide por isto, não responder a pergunta e sim elencar 12 agentes que ela chama de “circuito da arte contemporânea”, modo como consegue segundo ela, entender o que faz. Nós afirmando que se nega a usar a palavra mercado, diz: “Primeiro acho que não existe nada no vácuo, por isso nunca usei a palavra Mercado, mas Circuito, e nós aqui somos agentes do mesmo circuito”. Listados, ela apresenta sua seleção, composta por artista, museus e centros culturais, espaços independentes, críticos e curadores, galeria como mercado primário, marchand como mercado secundário, leilões de arte, colecionador e consultor, bienais e panoramas, feiras de arte,

editores como periódicos e monografias, e por fim o público. Disse que pode haver mais, mas é como consegue construir e costuma apresentar o circuito.

Ao explicar cada um dos atores e agentes respectivamente selecionados, procura deixar claro, a partir do artista, motivo primordial de todas as coisas para ela, que o objetivo final das atuações nunca é estritamente financeiro. Principalmente em seu empreendimento, a galeria. Nesse caso segundo ela, pouco justificaria as concessões e apoio, a ideias que artistas lhe propõem, que para ela, pouco se pagam e pouco parecem possíveis de se vender. Como forma de argumento para tanto, Márcia Fortes relatou a existência de obras grandes de mais para residências, e mostra imagens da obra do artista Carlito Carvalhosa (obra de arte de caráter conceitual, mostrando buracos nas paredes da galeria Nara Roesler).

Como ressalva, Márcia Fortes relata que o seu trabalho na galeria, cobre uma série de atividades que não são essencialmente comerciais:

A venda de uma obra de arte é consequente de todo um trabalho que, passa por publicações, por representações junto a instituições, por estar dentro do ateliê conversando com o artista, enfim participando dos desdobramentos da obra do artista. Para onde o trabalho vai, para onde ele se encaminha. [...] Esse transitar é o meu trabalho, é o que me sustenta, eu não posso ter outro tipo de apoio que não a venda dos trabalhos, para fazer tudo isso.

Da pergunta inicial, sobre desvios na área de atuação no mundo das artes, Márcia, fala de detalhes como, o fato de museus e centros culturais, muitas vezes não serem só o lugar da consagração, mas também o primeiro lugar onde artistas estagiam. Conferiu a existência de projetos desse tipo, como o caso do “Rumos”, do próprio Itaú Cultural. “Projetos de artistas que muitas vezes nem mesmo são representados por galerias”, comenta em sua fala. Existem também segundo ela, colecionadores que viram galeristas e ao contrário também, até mesmo pequeno colecionador que vira diretor de museu público, entretanto sem citar casos concretos. Reclama que galerias são sempre vistas como entidade diabólica, tendo em vista o comercial, para ela, Márcia Fortes, um pensamento retrógrado e separatista. Pois alega que não conhece bienal que tenha acontecido sem apoio de galerias, e que muito por causa delas tem acontecido, e que tal apoio nunca está nos agradecimentos.

Uma série de explanações de Márcia Fortes, insistem em negar o fim econômico. No entanto, se apresentam muito curiosas, por causa da plateia de ouvintes, outros galeristas,

reunidos para discussão de sua atividade. Não só essa aversão ao sucesso financeiro, mas também as declarações de amor incondicional pela arte, mesmo em eventos dedicados ao comércio, fazem parte da lógica própria deste meio de produção (BOURDIEU, 1996). Louvor à arte que toma lugar de qualquer estratégia e modo concreto de atuação, podendo ser visto e revisto nos relatos da pesquisa de campo. Orientação que melhor poderá ser entendida em capítulo posterior.

Em sua exposição, Márcia também afirma particularidades de exercer a função de galerista em território nacional, propondo que estamos na condição de periferia do mundo. Onde vê o contexto de globalização como ingênuo. Longe de tudo, admite, que não se pode ficar à espera, que uma galeria em São Paulo vai ser vista por todos, e prescreve: “Tem que ir às feiras! [...] Não dá para não participar, achar que pode ser uma galeria importante sem participar de uma feira. [...] Não dá para ser assim e estar presente, sendo considerada no circuito”. A feira é um lugar que julga cruel, a todos que trabalham e até mesmo as obras, já que os custos do espaço nas paredes são altos, e não vale só uma obra, completa.

Ainda menciona que fica surpresa olhando o número de pessoas nas exposições da galeria. Relata que são poucas, e espera saber, o que fazer para aumentar esse número de visitantes. Exposições gratuitas, mas que acha, que as pessoas se sentem intimidadas, e não entram. Assim, diz que anseia trazer possibilidade de diálogo com outros públicos, já culturais, como o do cinema e do teatro, mas que ainda não vão às exposições. Anseio este comum a grande parte deste meio de produção. Por essa passagem, Márcia lembrou do que uma vez lhe disse o galerista Jay Jopling⁷, da White Cube, com espaço em São Paulo de 2012 a 2015. Questionado por Márcia Fortes, ele diz que o fechamento se deu menos pelo imposto de importação e mais pelo público, pois para ele ninguém ia, relatando 150 pessoas num sábado. A galerista Márcia Fortes, reincorpora a surpresa com 150 pessoas num sábado: “Era um sucesso!” E nos diz que para Jay Jopling era pouquíssimo, pois segundo ela, imagina que em Londres passam 500 ou mais pessoas por dia. Confessa que Jay Jopling disse: “Mas mora tanta gente em São Paulo”; e ela responde a ele e a todos nós: “É, mais é muito reduzido, o alcance das artes plásticas na nossa cultura, na nossa sociedade”.

Na seleção dos doze agentes da arte, a galerista Márcia Fortes, considera os espaços independentes, como locais de funcionamento diverso, onde existem interseções e não se

⁷ Galerista inglês fundador da galeria White Cube de 1993 em Londres. Uma das mais famosas galerias do mundo. Disponível em: <<http://www.jayjopling.co.uk/>> Acesso em: 13. Dez. 2017.

conta com contribuintes, verba pública ou acervo, “dinâmica mais do aqui e agora” segundo ela. Definição que diverge na fala da próxima convidada.

A participante Thais Rivitti, colaboradora do Ateliê 397, espaço independente, começou com um olhar um tanto diferente às atribuições anteriores, elencadas por Márcia Fortes. No seu caso o ateliê que representa, segundo ela, não começou com uma vocação totalmente pública, mas com o tempo foi sendo adaptado para tanto. Para arrecadação financeira, acha problemático o nome de espaço independente, porque sempre dependem da verba alheia, de incentivos e de editais públicos de financiamento.

Thais, diz que o lugar funciona para suprir demandas do uso artístico. Em uma dinâmica de organização, da troca de horas de serviços no espaço público do local, por acesso a lugares como o ateliê, no piso de cima do espaço independente. O espaço procura fomentar a, exposição e circulação, sendo simpósios, exposições, residências e cursos que acontecem ali para isto, com certa regularidade. Ainda, promovem eventos e proposta para esta vocação pública, que acabam repercutindo também em ganhos financeiros; propostas como paródias de leilões e de lojas de souvenir em museus. Acontecimentos que ganham certa popularidade no meio artístico mais localizado e acabam atraindo pessoas para o local.

Segundo Thais Rivitti, eventos realizados no espaço independente do Ateliê 397, como o Surprise, espécie de leilão às cegas, onde não sabemos quem são os artistas produtores das obras, a relação com galerias e outros agentes do sistema artístico, nem sempre é amistosa. Ela disse que possui histórias de galeristas que desaconselham ou impedem, a participação de artistas em exposições no local, “pois não pega muito bem”. E também de agentes a mando de galerias, que procuram comprar toda produção do leilão, a preços baixos em propostas alternativas, na expectativa de valorização futura. Relatos deste tipo raramente são vistos em eventos de arte, como se pode observar nos estudos de campo; o que entusiasma grande parcela da plateia que irrompe em discretas gargalhadas, mas que também fere pelo mesmo efeito de vergonha alheia, certa condição artística de integridade dos modos de produção.

O interessante do espaço independente, diz Thais Rivitti, é poder propor, experimentar nas exposições, ocupar um ambiente, pois para ela a universidade muitas vezes não consegue abarcar a discussão contemporânea. Estas exposições, que nem sempre são de artistas de São Paulo, são realizadas a partir de pesquisas fora do estado. Sempre com “uma grana muito precária”, diz ela. Desejam, trabalhar o artista e sua produção, ir testando no espaço

independente e vendo o que dá certo. Os simpósios contam com agentes profissionais de áreas diversas, e as exposições sempre tem texto crítico, com a atuação da própria palestrante. Tudo isso é o que declara auxiliar nos modos de formação.

Thais manifesta preocupação quanto à gestão autônoma, onde a programação deve dar conta de sua gestão, não sendo coisas separadas. Para ela, podendo ser capaz de mostrar de onde vem o dinheiro e de onde não vem, se vai ou não pagar, e o porquê vale a pena realizar. Reclama que estão muito sujeitos a variáveis como crises políticas e econômicas, e que o dinheiro, revela, vem muito de verbas públicas, de editais de financiamento como o PROAC⁸ e a Funarte⁹. Alguma coisa vem da verba privada, nos melhores anos 30% da receita, que utilizam numa economia comunitária. Pensam também em lançar um clube de assinaturas, com no máximo de 12 membros, ao estilo dos museus. A assinatura garante obras de múltiplos¹⁰, periodicamente por 4000 reais anuais.

Em meio à agradecimentos de praxe, a representação dos museus, dos espaços institucionalizados e até da bienal, o curador independente, Ivo Mesquita, inicia dizendo que acha curioso: “Como cria dos anos 80”, que a arte contemporânea se tornara o centro do circuito das artes, e não mais a arte antiga, do passado. O curador independente relatou que, até 1980, os artistas tinham que criar os trabalhos e os meios de circulação, que era uma produção meio marginal: “Nos museus, não que não tivesse essa preocupação ou esse espaço da arte contemporânea, não que não houvesse programas. Havia! Mas não era esse centro de tudo, de feiras, bienais, programas de cooperação cultural, institucionais, do colecionismo”.

Nesse campo da formação de valores artísticos, até a rotulação “arte contemporânea” presta-se a função mercadológica. Não ligado a referências cronológicas ou a obra de artistas vivos –mesmo sendo levado em conta por especialistas- a atribuição ganha peso em 1980,

⁸ Programa de Ação cultural implementado pela Secretaria de Estado da Cultura do Estado de São Paulo a partir da Lei nº 12.268, de 20 de fevereiro de 2006. Constituído pelas seguintes receitas contadas no Artigo 3º. I – recursos específicos, fixados pela Secretaria de Estado da fazenda, e consignados no orçamento anual da Secretaria de Estado da Cultura, aqui denominados “Recursos Orçamentários”; II – recursos do Fundo Estadual de Cultura criado pela Lei nº 10.294, de 3 de dezembro de 1968; III – recursos provenientes do Incentivo Fiscal de que trata o artigo 6º da presente Lei (GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO, 2006).

⁹ Criada em 1975 a Funarte - Fundação Nacional de Artes é o órgão responsável, no âmbito do Governo Federal, pelo desenvolvimento de políticas públicas de fomento às artes visuais, à música, ao teatro, à dança e ao circo. (BRASIL, 2010).

¹⁰ “Termo que é utilizado, principalmente a partir da década de 1960, para designar trabalhos artísticos que, sem serem gravuras ou esculturas moldadas, são concebidos com o intuito de serem reproduzidos em grande ou, às vezes, ilimitado número de cópias”. Acesso em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo3806/multiplo>>. Apesar da definição, em eventos frequentados, a atribuição se aplica também a diferentes tipos de gravuras, fotografias e impressões.

meio a mudanças do cenário artístico, onde a perícia de obras contemporâneas, não se voltará à autenticidade do verdadeiro autor, mas sim da obra enquanto arte. O que não é independente da legitimidade de seu autor enquanto artista (MOULIN, 2007). Estas mudanças destacadamente de 1960 a 1980, do mercado artístico ao meio estético, entre as mais relevantes estão, o apogeu das galerias líderes, a internacionalização da arte dita contemporânea, a proliferação de exposições bienais, o aparecimento das grandes feiras, a consolidação das grandes casas de leilão e seus recordes, crescimento de políticas públicas e o consequente crescimento e especificação do mercado do mercado de arte (MOULIN, 2007).

Sobre o museu, Ivo disse não ser uma mudança de função como atribuem, o que vemos agora. Define ser o acréscimo de uma nova, pois para ele, o mesmo não escapa a funções de consagração artística, de tradutor da visualidade, da arte, do simbólico. Diz ser o museu quem fomenta um processo midiático, publicitário da arte, à movimentação de centralização do contemporâneo. Onde o público não mais é atraído pela história da arte, mas pela arte contemporânea, última produção, vista em propaganda, talvez de feiras, bienais ou coleções. Comenta que museus encomendam obras de temas específicos, para mostras temáticas, e o que fica em evidência não é mais, a pertinência e a propriedade do museu sobre a história, mas sua utilidade em função social, “revelando o grau de consciência da sociedade sobre si mesma”, explica Ivo Mesquita: “A arte já não é um tema em si, foi transformado ao contrário num desfile de temas culturais contemporâneos; confissões de minorias, memórias traumáticas ou conflitos sociais”.

Em sua contextualização histórica, o que acontece com o museu, conta Ivo, decorre, a partir dos anos 1970, dos movimentos de liberação, e do olhar pós-colonial que gera uma perspectiva diferente sobre centro e periferia. Argumento, comenta, para o desejo de uma representação mais global, e para proliferação de bienais ao redor do mundo. Museus que para ele, acabam querendo contar uma macro história, com a incorporação de cânones diversos e outras narrativas. No entanto assim, lançando um desafio a museus menores, sem tais condições em um mundo globalizado, que se voltam adequadamente a particularidades da cultura local, ao seu entorno em relação ao mundo. Para ele apesar de serem construídos como catedrais a função dos museus devem ser de igrejas paroquiais.

A respeito de experiências em museus, Ivo conta que em projeto na pinacoteca de São Paulo, prédio histórico, tombado, o que seria para ele o museu de belas artes da cidade, onde foi convidado a ocupar o espaço com arte contemporânea, não foi algo simples, houve

desafios. “O interesse, era promover e fomentar a produção contemporânea, e não só exibi-la, por parte do museu. Mas sem necessariamente adquirir, comprar a obra, esse era o projeto octógono”. Exemplo concreto que mostras as novas relações entre museu e arte contemporânea. Tudo como ele diz, feito sobre uma série de condições e problemáticas, que vão de materiais, na ausência da rubrica no orçamento do estado, a sociais, na recepção diversa que públicos diferentes têm.

Sobre o mercado e a questão econômica que circunda os museus, com influência não negligenciável, toma que: “Eu não acredito que o mercado seja o vilão do sistema da arte, nem tudo é perfeito. Como tudo que é criado por nós, tem seus riscos, seus erros”. Comenta que entre as mudanças, provocadas pela centralização da arte contemporânea, uma foi à criação de uma economia que subsidia diversos atores e atividades, não tão grande quanto em outros países, mas figurada por iniciativas importantes. Relaciona ainda, que devemos entender que a história dos museus está relacionada com a história da aristocracia. Admite, “não existiriam dissociados destas pessoas, dessa classe, por mais que o estado tente”, dando como exemplo o caso russo e sua relação à época com a arte de vanguarda, agora em vias de recuperação. E o caso chinês, com a crescente aquisição de obras nacionais no mercado internacional, junto à construção de numerosos museus pelo país.

Interrompe neste instante e complementa a galerista da mesa Márcia Fortes, em comparação com a China: “Enquanto isso o governo brasileiro cobra 48% de imposto sobre a importação, para trazer de volta obras de artistas brasileiros para o território nacional, é meio ao contrário. E cobra 4%, do valor da obra comprada em doação”. Retomando o curador Ivo Mesquita conclui que, é normal a influência de colecionadores em museus, já que estes são membros de conselhos e por vezes diretores. E a questão está nas relações, na transparência e na ética da governança dessas instituições. Adiciona que o mesmo vale para galeristas, já que em seu ponto de vista, assume que nem tudo pode ser explicado pelo ganho pessoal, pois aquelas pessoas são as principais interessadas no florescimento de tais instituições.

Na participação em eventos, observa-se que os mais variados tipos de atores, possuem uma ideia que logo se mostra vaga, sobre a atuação de seus pares, outros atores desse mundo da arte. Mesmo com atribuições específicas, sobre suas formas de atuação, estratégias possíveis sempre são lançadas para manutenção de empreendimentos. Existência de atores e definição de seu exercício, circunscrita aos meios da atuação, sendo raro fora dele, o entendimento de tal presença.

A última palestra e programação deste dia, trata das relações entre âmbito público e privado no fomento da cultura. Quais as melhores maneiras de articulação e financiamento da área, com o tema “Esferas Públicas e Privadas: Gestão e Cooperação”. Trazendo para tal, duas pesquisadoras familiarizadas com o tema, Ana Letícia Fialho e Gisele Jordão. As duas, com experiência à frente da coordenação da pesquisa setorial do projeto LATITUDE, que investiga o setor primário do mercado de arte nacional.

Iniciando a palestra, Ana Letícia e Gisele comentam sobre a esfera pública, às iniciativas promovidas pelo governo, para promoção da cultura no país. Mostram, que os incentivos e os fomentos em cultura, são feitos a partir de editais, chamamentos públicos e com mais força nas leis de incentivo fiscal¹¹. Por estas formas de atuação do governo, revelam que o país, não vê potencial de grandes lucros ou negócios rentáveis, em investimentos culturais. Uma visão comum, tanto na esfera pública como na privada. Desse modo dizem que a produção cultural em território nacional, é de certa maneira mal articulada, já que a sociedade brasileira, a vê como iniciativa filantrópica. Isso acarreta a falta de produtores e articulações com outros meios culturais de produção. Condição que justifica a criação da Secretaria de Economia da Cultura¹², que observa tais relações, pesquisando planos estratégicos e de negócios, em olhar panorâmico do cenário cultural e de empresas da economia da cultura.

Uma série de dados quantitativos ainda nos foi apresentados. Por exemplo, 63% dos artistas no Brasil não vivem de sua receita mensal, deixando de se qualificar para tanto. As pesquisadoras chamam a atenção para questões do tipo:

Como fomentar um artista a longo prazo? E o retorno? Investimentos são caros, e acabam escoando para o mercado secundário. Que gera fomento e promoção às obras, mas não à produção, no caso ao artista. O que é necessário para a obra de arte dar o retorno à galeria? Quais instâncias que ela precisa passar?

¹¹ Trata-se aqui de programas como a Funarte, o ProAC, e a lei Rouanet. Sendo a lei Rouanet, a instituição do Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac), implementado a partir do Fundo Nacional da Cultura (FNC), dos Fundos de Investimento Cultural e Artístico (Ficart) e do incentivo a projetos culturais, desde 1991. O incentivo a projetos culturais, com correlatos municipais e estaduais, consiste na opção de pessoas físicas ou jurídicas aplicarem parcelas de seu Imposto sobre a Renda, a título de doações ou patrocínios, a projetos culturais (BRASIL, 1991).

¹² Secretaria atribuída à nova estrutura organizacional do Ministério da Cultura a partir do decreto N° 8.837, de 17 de agosto de 2016, decretado no exercício do cargo de presidente da república, o vice-presidente da república, Michel Temer (BRASIL, 2016).

Questões, determinadas como importantes para reflexão do galerista. Mencionam o setor econômico dos museus, de grande movimentação financeira com transportes, logística, seguros e outros; entretanto é uma questão que preferem não abordar no momento, dizendo a deixar ao IBRAM- instituto brasileiro de museus.

O **segundo dia** começa com a inscrição dos participantes na sessão do “Tira-dúvidas”, no mesmo local onde anteriormente ocorria o credenciamento. Esta refere-se ao período de dez minutos, junto a algum profissional de especialidade diversa: logística, tributação, feira internacional ou Incentivo Fiscal. Relacionando esta sessão à oportuna ocasião para coleta de dados e contatos, minhas inscrições foram em logística, e incentivos fiscais para projetos Culturais. Nelas procurava por contribuições, que pudessem expor os meios disponíveis na cidade de São Paulo, fontes de investimento e arrecadação, para o sistema artístico local.

São aproximadamente 10h30min e de modo incrível, o público mudou neste dia, tornou-se menor e menos agitado. Algumas pessoas compareceram novamente, outras não. Existem novos rostos, e palestrantes hoje também são plateia. A **primeira programação** do dia é a palestra da artista Rosângela Rennó e o tema é, “Quanto pode valer uma obra de arte?”. A artista, a partir de pesquisas para suas obras, aborda a questão do valor, focando sua participação na Bienal de São Paulo, com a obra “Menos Valia leilão”. Esta obra é a proposta de um leilão na 30ª edição da bienal, onde atravessa terreno delicado usando a ressalva de constituir-se de uma ação performance¹³, envolvendo várias pessoas e não propriamente a venda de objetos de arte.

A proposta e o processo de seu leilão foram apresentados em detalhes, frutos e produtos oriundos do mesmo também, mas é a evidência de investimentos e formas de trabalho cooperativo, com predominância na capital paulista, que acompanham aqui, os interesses da pesquisa. Continuando, a artista Rosângela Rennó, pontuou que a venda dos objetos e o ganho do lucro, foram meras consequências de uma estratégia de ação coletiva dentro da bienal. E que sem nenhuma garantia de sucesso, do envolvimento da plateia, que justificasse os variados tipos de investimentos, em preparar e organizar o evento, nos relata, lendo escritos preparados, que a proposta foi considerada ousada.

¹³ Refere-se aqui a “forma de arte que combina elementos do teatro, das artes visuais e da música. [...] A performance deve ser compreendida a partir dos desenvolvimentos da arte pop, do minimalismo e da arte conceitual, que tomam a cena artística nas décadas de 1960 e 1970. [...] As relações entre arte e vida cotidiana, assim como o rompimento das barreiras entre arte e não-arte constituem preocupações centrais para a performance”. Acesso em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo3646/performance>>.

O questionar da valorização de objetos, no caso, promovido sobre os do mercado de segunda mão, era o projeto proposto da obra “Menos Valia Leilão”. Apresentado em trecho pela artista Rosângela Rennó, retirado de livro subproduto da mesma obra, diz que:

Por meio de um longo processo de seleção, recomposição e selecionamento, transformação, recontextualização e exposição. Estas peças passaram por sucessivas agregações de valor material e simbólico, até o seu destino final. Um leilão dentro do espaço institucionalizado da arte. [...] Cada comprador recebeu um certificado de posse de uma parte do projeto “Menos Valia Leilão” e desta maneira a incluiu em sua coleção de arte.

Comenta que este final do texto é de caráter irônico, mesmo parecendo ser sério: “mais ele não é” diz ela revelando sua atitude Duchampiana¹⁴ de ironia. Artista este, presente entre suas referências. O processo também gerou um relatório, editado e publicado como livro de artista, contando com lançamentos especiais em São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte. Em São Paulo na galeria que a representa, a Vermelho, houve exposição de objetos e do livro em versão especial, que presenteou quem se inscreveu no leilão. Ali, somou-se ainda, uma série de debates gerados sobre o projeto e textos do livro lançados sobre as paredes na curadoria. Desdobramentos oriundos da obra produzida.

Disse Rosângela que para melhor garantir o sucesso do Leilão, envolveu a galeria que a representa no Brasil, o contrato de um leiloeiro profissional e a organização da proposta como um todo: incluindo Divulgação, documentação, logística geral, equipe organizativa da bienal e seu o curador. Ainda, utilizou-se estratégias já conhecidas e frequentes no mercado de arte, como convidar colecionadores, produzir catálogos online com valores iniciais, dar lances combinados para subir os preços e até mesmo adquirir objetos menos disputados. No momento do leilão, tudo acontece com a apresentação prévia desses objetos durante meia hora e então o convite, para que os participantes se dirijam a um mezanino, destinado ao acontecimento do leilão.

“A transformação do objeto em mercadoria, a sua comodificação, talvez seja a parte mais cruel do processo pros artistas”, transcorre Rosângela Rennó. Diz em metáfora que é

¹⁴ Referência a atitudes semelhantes a do artista francês Marcel Duchamp (1887-1968), que em 1912 realiza o seu primeiro Ready-made, artigo de uso cotidiano produzido em massa, selecionado sem critérios estéticos e expostos como obras de arte em espaços especializados. Que entre outras coisas apresenta aspectos de ironia. Acesso em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo5370/ready-made>>.

como a mãe que após o parto, recebe inocentemente, limpo, catalogado e já inserido em uma estrutura, o seu bebê. Para ela “esses objetos, esses ‘bebês’, ganham uma espécie de autonomia, em uma estrutura de um sistema, onde não mais importância tem a mãe parideira”, no caso o artista. Argumentando ser verdade: “Artista bom é artista morto”. Considerando sua plateia no momento, galeristas do mercado primário, prontos a afirmar promoção, se não devoção aos artistas (e não as suas obras), as sentenças proferidas, parecem reverberar a criação própria de seu valor peculiar... heroico, marginal, romântico.

No caso dos artistas, em vários momentos, o próprio meio de produção parece dar sinais de fomento ao seu olhar de escárnio para si. De modo que aconselha, que os artistas se concentrem na própria tarefa de produção, que de modo paradoxal, exige que não se concentrem somente em si mesmos, mas em uma série de confluências externas, aliadas de preferência as suas crenças, estas muitas vezes exigidas e cobradas. Meio de produção, que será explicitado em capítulo posterior, formado por um sistema de crenças, aqui em pesquisa de campo por vezes sinalizado (BOURDIEU, 1996).

Comentando sobre um artigo da revista semanal americana, The New York Magazine, a palestrante Rosângela, conta que foi desaconselhada a usar referência da mesma em seu livro, pelo diretor de sua editora, Cosac Naify. O exemplar da revista, diz, trazia uma grande matéria em tom irônico, sobre como e o que fazer para ter sucesso no mundo da arte, segundo ela um guia de regras. “Mas como um artista se beneficiaria de um guia de regras para ser bem sucedido na arte e na vida, se tudo que ele mais valoriza e deseja é ser visto como artista autêntico e original”. Ainda comenta:

“[...] O diretor da ARCO (Feira de arte contemporânea mais importante da Espanha), Carlos Urroz, comentou durante uma entrevista para agência Efe¹⁵ de notícias, sobre a edição de 2017. Os colecionadores que vem a essa feira, no caso a ARCO, buscam ‘artistas emergentes, latino americanos, espanhóis, português ou sexys’. Bom eu não sei o que ele quis dizer com artistas sexys, mas eu discordo um pouco do diretor né... No caso, por que é um amor de pessoa inclusive. Artistas não precisam ser sexys, precisam apenas ser bons artistas, uma boa dose de ética também é recomendada”.

¹⁵ Disponível em: <<https://www.efe.com/efe/espana/cultura/carlos-urroz-el-coleccionista-busca-en-arco-al-artista-emergente-o-sexy/10005-3183928>>.

Neste momento, abre-se uma sessão de perguntas. Rosângela tem uma condição, “o que quiserem desde que não seja sobre mercado”. Perante tal condição, silêncio... E então em vão, algumas perguntas se relacionam de modo abrangente com a comercialização de arte: “Como vocês atribuem valor às obras? Já que hoje, são além do material, no contemporâneo. Quanto custa estas instalações¹⁶?” Alguém pergunta. Ela responde:

— Olha esse é o tipo de coisa que eu não posso responder sozinha inclusive. Por que na verdade é o seguinte, eu não precifico nada sozinha, eu não tomo nenhuma decisão sem as galerias que me representam estarem envolvidas [...] é claro isso também está amarrado no histórico, na trajetória do artista. Você não decide ok agora um trabalho meu vai custar 500 mil reais, não é assim né. As coisas têm camadas.

As perguntas continuam, e a apesar da condição, não se falar sobre mercado, após grandes introduções, estas acabam sendo:

— Se estiver faltando partes de uma obra, ainda é a obra? — No que você vai trabalhar, enquanto próximo trabalho? — Sobre seleção que agregou ao acervo de um museu, (o MASP) você entende que sua ação de alguma forma nessa curadoria, tenha agregado valor a esse acervo?

Perguntas que de certo modo, acabavam reverberando ao mercado e suas relações com o mundo da arte.

A palestra final do evento tem início, o sócio de um escritório paulista de advocacia, Celso Grisi, especializado em tributação. É a penúltima programação, antes do Workshop de boas práticas para galeristas. O advogado com experiência em transações de obras de arte, explana a partir do tema “Marcos Legais”, uma série de formas diferentes de negociar as obras e seus encargos tributários. Por mais estranho que possa parecer a mim, recente observador desse meio de produção, o foco do palestrante foi à necessidade de regularização das galerias, cumprindo assim, seus deveres tributários. O que gera uma série de consequências e cuidados extras, na cadeia produtiva das galerias, como se vê adiante.

¹⁶ Referente à modalidade de obra nas artes visuais. Termo incorporado ao vocabulário das artes visuais na década de 1960, atribuído à composição de objetos ou ambiente construído em espaços de museus e galerias. Acesso em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo3648/instalacao>>.

Em primeiro lugar, Celso Grisi, apresenta que é impossível para galerias, estarem de acordo com a legislação tributária ou com o compliance¹⁷, se os fornecedores dela não estiverem, neste caso os artistas. A estes, os artistas, foi prescrito que devem assim como as galerias, serem regularizados. Forma pela qual realizará negociações de forma legal. Disse que dentro dos regimes tributários¹⁸ as galerias podem optar por estar no Lucro Simples, o mais usual segundo ele, ou no Lucro Presumido¹⁹. No chamado Lucro Real, nunca trabalhou com nenhuma, diz ter ouvido falar de uma, mas não a conhece realmente. Com vantagens em importação ou exportação, prestação, contrato ou importação de serviços, redução de encargos trabalhistas, melhores modos de gestão e diferentes formas de negociação, cada regime diversamente tributado tem vantagens particulares em relação à empresa. Porém não se prescreve aqui, nesta pesquisa, o interesse formal em suas análises, senão para a contínua demonstração da série de contatos profissionais, relacionados e articulados ao mercado de arte. Em anexo associado ao presente capítulo, é possível observar em mais detalhes, tais fatores específicos.

De forma geral, os conselhos e as sentenças proferidas em sua palestra, à loucura que disse conhecer, “galerias que tem sete mil obras no acervo, por exemplo,” se apresentam da seguinte maneira:

“Basicamente é o seguinte, não existe mais aquele mundo em que uma pessoa vai a sua galeria e você não a conhece; primeiro, número um, recomendação, tem que ter um CRM²⁰. Se tem que saber quem é o seu comprador, se compra habitualmente. Tem que ter o cadastro completo dos seus compradores, eu sei que nas galerias grandes isso existe, não sei se em todas as galerias isso existe. Dois, apareceu um cara comprando, mandando você entregar no endereço da casa dele, mas dizendo que um motoboy, um portador, vai vir entregar o cheque ou dinheiro, ou para você emitir a nota para um terceiro, isso não existe mais e é

¹⁷ Certo número de condutas, auxiliadas por profissional da área, a forma de um programa específico a cada empresa, com o objetivo de operar negócios interna e externamente de modo legal, dentro das leis. Acesso em: <<https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Compliance&oldid=53011300>>.

¹⁸ Regimes tributários são as formas possíveis de adoção pelo contribuinte, que regem o modo de tributação do imposto de renda. No caso, sobre pessoas jurídicas- IRPJ, estes são o Lucro Presumido, o Lucro Arbitrário e Lucro Real-Estimativa, além do lucro simples o simples nacional. Acesso em: <<http://idg.receita.fazenda.gov.br/orientacao/tributaria/declaracoes-e-demonstrativos/ecf-escrituracao-contabil-fiscal/perguntas-e-respostas-pessoa-juridica-2017-arquivos/perguntas-e-respostas-irpj-2017v2.pdf>>.

¹⁹ Estatuto Nacional de Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, instituído pela lei complementar Nº 123, d e 14 de dezembro de 2006 e atualizada em posteriores. Garantindo tratamento diferenciado e favorecido a ser dis pensado às microempresas e empresas de pequeno porte no âmbito dos Poderes da União, dos Estados, do Distrit o Federal e dos Municípios. Disponível em: <<http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/>>.

²⁰ Customer relationship management (CRM), é um processo estratégico de relacionamento com clientes, market ing de relacionamento (DEMO et al., 2015). Acesso em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1678-69712015000500127&lang=pt>

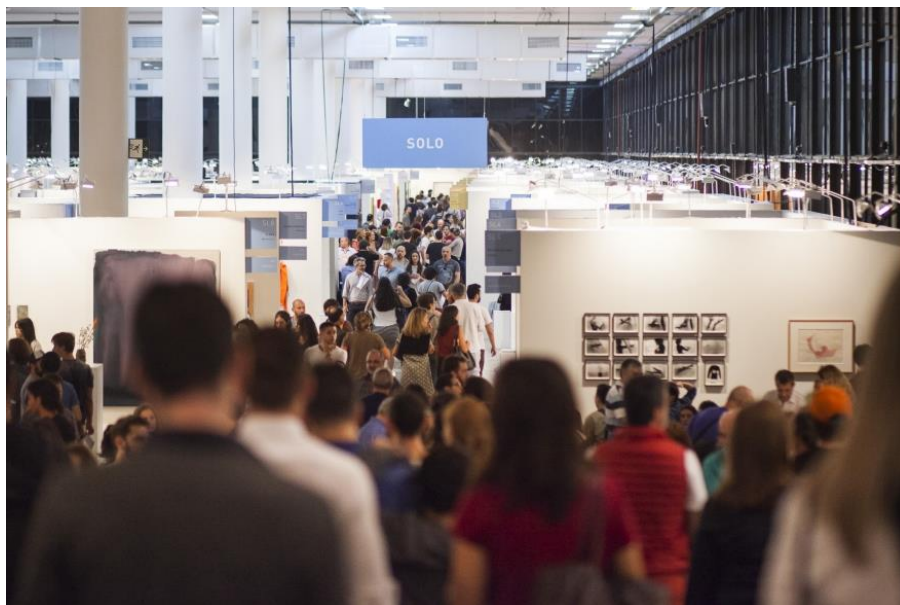
bastante sério. Não estou brincando com vocês, eu respondi alguns ofícios da operação Lava Jato²¹, sobre obras compradas e ouve investigação. Não há nenhum dano a galeria, nenhuma que eu tenha ouvido falar, mas houve já um começo de questionamento... Então tomar cuidado para você não se solidarizar no crime de outra pessoa, entendeu, lavagem de dinheiro e daí por diante.”

Das palestras e mesas realizadas no Galerias em Debates: Mudanças e oportunidades, esta foi a com maior quantidade de perguntas. Incentivadas pelo próprio palestrante, artistas, galeristas e funcionários, se apresentavam ávidos e preocupados, em perguntar as melhores formas de realizar suas operações de maneira legal. As ocorrências ilegais, por conta das irregularidades, dos estabelecimentos, e das formas de negociação e transação, assustam um pouco. Surpreende-me tal aspecto deficiente na gestão de galerias, com tantos anos de desenvolvimento do mercado de arte nacional. Nesta palestra, algumas perguntas ganharam o status de ridículas, por outros galeristas, em reações brandas de certo modo inofensivas, já outras apresentaram o caráter de perspicácia diante das implicações burocráticas. Um campo de discussões que parece prolífero para galeristas.

²¹ Lava Jato é a maior operação de combate à corrupção e lavagem de dinheiro na história do Brasil. Em fases diversas de sua operação, iniciada em 2014, a compra de obras de arte como forma de lavagem de dinheiro, é critério de investigação, no caso de Suzana Neves, ex-mulher de Sérgio Cabral, e provado no de Raul Henrique Srouf, operador financeiro, e no do ex-diretor da Petrobras Renato de Souza Duque, caso de maior repercussão. Acesso em: <<http://www.mpf.mp.br/para-o-cidadao/caso-lava-jato>>.

A SP-Arte

Figura 2 - Vista para o Térreo do pavilhão Ciccillo Matarazzo



Fonte: Foto de Jéssica Mangaba no website da SP-Arte, 2017

A maior feira de arte da América Latina. Estando pela primeira vez em uma Feira de arte, a impressão inicial que tenho é de estar em uma festa. O evento acontece no Pavilhão Ciccillo Matarazzo localizado no parque Ibirapuera, mesmo prédio já visitado em Bienal de São Paulo. Destacadamente, nele, tapumes o cobrem toda a extensão, sendo impossível de fora, ver o que se passa por dentro. O prédio todo com paredes laterais em vidro, na ocasião possui uma única região de acesso e saída, onde se trocava convites, por pulseiras de acesso em fila junto a seguranças. A feira aconteceu dos dias 5 a 9 de abril, sendo o primeiro dia uma prévia, somente para convidados. A quantidade de obras é enorme.

Distribuídos nos 25 mil metros quadrados do pavilhão Ciccillo Matarazzo, a feira SP-Arte ocupa os três pavimentos do prédio com hierarquia própria. Alojados em categorias específicas, os estandes de galerias, são separados em Show Case, Geral, Solo, Japan House e Repertório. Cada um com sua particularidade e preço de locação. Ainda para além deles, existe uma mostra de galerias de design no último pavimento, e uma série de estandes e ambientes específicos que se espalham na programação. Essas feiras de arte, geralmente são

espaços de comercialização de obras de arte, que gozam de benefícios fiscais, isenção de impostos. Onde galerias alugam espaços em paredes de Drywall²², para exibirem seus artistas.

A sensação de estar em uma festa, apesar da ausência de música, se deve além de toda a restrição de acesso ao local, principalmente aos seus visitantes. Aqui, desde o primeiro dia de abertura ao grande público, o comportamento destes que transitam entre os estandes, é diferente do esperado. Não é a contemplação estática e complacente, confidenciada e retraída a ver as ofertas, o que vemos aqui. De modo inesperado, o que vejo são grupos de duas a três pessoas, com o olhar agitado, em conversas empolgadas, bebendo alguma bebida, esta servida às vezes pela própria galeria, junto às obras de arte. O ar de confraternização em ambiente lotado, parece muito mais o interesse das pessoas que se olham constantemente, vestidas de modo elegante.

O público que encontrei nesta feira era composto quase que exclusivamente por adultos, sendo difícil a observação de crianças ou idosos no local. Por sua aparência, os julgaria em idade aproximada de 19 a 50 anos, divididos entre jovens e pessoas de média idade. Este público majoritariamente branco, contido e lustrado, nos modos de vestir e se comportar, são aparentemente das classes média e alta. Nos estandes em serviço, é massivo o número de mulheres e no público em geral também é relativamente à maioria. Fora estes e os artistas que fazem performances no espaço da feira, cobrindo o evento, existem colunistas de alguns meios de comunicação, como revistas eletrônicas e canal de TV especializado.

Na Sp-Arte os estandes não são só de galerias, juntamente as 135 galerias de arte e às 25 de design, estão presentes também estandes de editoras, museus, revistas, projetos, patrocinadores, apoiadores, bancos e pontos de alimentação. A maioria destes oferecendo produtos a venda, por preços nada populares. Assim como no evento anterior, Galerias em Debate, a distribuição de cartões nos estandes aqui é frequente, tendo cada funcionário o seu próprio cartão associado à galeria. Junto a isto, ainda há uma série de que pequenos “brindes” dados nos estandes de museus, projetos e patrocinadores, coisas como sacolas, revistas, mapas, catálogos, adesivos, guias, folders, anúncios e até garrafas de água, tudo como forma de publicidade.

²² Drywall, em tradução literal, “parede seca”, é painel constituído geralmente por Sulfato de cálcio hidratado. Acesso em: < https://pt.wikipedia.org/wiki/Placa_de_gesso>.

No espaço da feira tudo está à venda. De modo diferente talvez as performances artísticas, que acontecem em locais específicos, e agregam no agitado ambiente sem muito alarde. Até mesmo na categoria Repertório, dedicada à apresentação de artistas brasileiros e internacionais, segundo a programação, fundamentais para a compreensão das práticas artísticas contemporâneas, havia a precificação. O preço das obras, quando à mostra, se apresenta junto à ficha técnica ao seu lado, quando não, é necessário solicitar ao responsável pelo estande. Estes, geralmente um funcionário e os próprios galeristas, se mostraram atenciosos e ansiosos. Uma grande quantidade de negócios e fechamento de aquisições parece acontecer em momentos onde ninguém está nos estandes, onde os galeristas estão a sós, agitados ao telefone.

O preço médio das obras de arte mais baratas na SP-Arte, eram em torno dos vinte mil reais. Os preços, em fichas técnicas como descrito, traziam um limite de valor, apesar de ver artistas caros no mundo da arte como Damien Hirst²³ por oitocentos dólares, valores muito elevados não constam nas etiquetas, sendo necessário solicitar aos funcionários. A feira em grande parte trazia a venda de obras de arte, modernas e contemporâneas, uma grande quantidade de bandeiras de Alfredo Volpi²⁴, em galerias diversas me surpreende. Certos tipos de obra aparecem em alta, mostrado com frequência, concretismo, neoconcretismo, OP arte e Arte Cinética, se misturam pela repetição, em um panteão geométrico de arte abstrata²⁵. Além destas, pinturas de caráter moderno como Candido Portinari²⁶ e obras de teor contemporâneo, readymades, vídeo artes, fotografias, conceitualismo e pinturas neoexpressionistas²⁷, é como consigo descrever o que a feira aparenta oferecer. Nada antes do século XX parece ter lugar aqui.

A moeda também tem caráter de status. Dólar e Libra, reafirmam certa superioridade internacional e dimensionam o grau de aposta da galeria nacional. Nestes estandes

²³ Damien Hirst, artista britânico nascido em Bristol, 1965. Famoso por obras como, *Pelo Amor de Deus* (2007), crânio humano cravejado de diamantes e a *Impossibilidade Física da Morte na Mente de Alguém Vivo* (1991), tubarão em um tanque de formol. Acesso em: <http://whitecube.com/artists/damien_hirst/> .

²⁴ Alfredo Volpi (1896 - 1988) pintor brasileiro, nascido na Itália, membro do grupo artístico paulista Santa Helena. Conhecido por pinturas abstratas, que lembram bandeiras, realizadas a partir 1950. Acesso em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/pessoa1610/alfredo-volpi>>.

²⁵ Concretismo, Neoconcretismo, OP arte e Arte Cinética, se referem a diferentes formas de expressão artística, tendências de caráter abstracionista do século XX. Acesso em: < <http://enciclopedia.itaucultural.org.br/>>.

²⁶ Candido Portinari (1903 -1962) famoso pintor brasileiro nascido em Brodósqui-SP, responsável pelos painéis *Guerra e Paz* na sede da Organização das Nações Unidas (ONU), inaugurados em 1956 em Nova York. Acesso em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/pessoa10686/candido-portinari>>.

²⁷ Readymades, vídeo artes, fotografias, conceitualismo e pinturas neoexpressionistas, referem-se em grande parte a formas de expressão artística, usualmente ligadas com a arte contemporânea. Disponível em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/>>.

internacionais, contendo artistas famosos globalmente, como Yayoi Kusama ²⁸ na galeria David Zwirner, não existe preocupação em falar Português, atendimento somente em Inglês. Praticamente na totalidade dos estandes, máquinas de cartão repousam ao chão, no canto recarregando a bateria, onde galeristas estão sempre apostos a gentilmente saca-las para fechar negócios. Por vezes, com caras não tão gentis, estão os participantes da feira, que abrem espaço e se desviam no ambiente abarrotado, que contém até skatistas como proposição. Ação performance da artista paulista Aline Tima, adaptada ao evento.

Os museus não estão isentos de negócios financeiros na feira. Logo a direita da entrada, instituições, fundações e museus, estão distribuídos em declive em uma rampa de acesso ao térreo. Em estandes estão às instituições MAM-SP, MASP, Pinacoteca de São Paulo, Instituto Tomie Ohtake, Museu de Arte Moderna Aloísio Magalhães, Fundação Iberê Camargo, Museu Lasar Segall e o IAC: instituto de arte contemporânea; onde ora comercializam obras como gravuras, fotografias e esculturas, ora oferecem formas de assinaturas de clubes e colaborações- também chamados de “amigos”- o que garante obras de arte daquele tipo como benefício. As instituições aqui, sem fins lucrativos, se utilizam do espaço da feira e do fomento ao colecionismo, para promoção de meios de arrecadação financeira, para sua manutenção.

No ano de 2017, a feira SP-Arte, começou a se anunciar como recém consolidado festival de arte. Em publicidades, como festival e não como feira, utilizou como argumento, uma série de programas promovidos por ela; palestras, debates, lançamentos editoriais, prêmios, eventos pela cidade, além das já comentadas performances. Na saída do auditório no subsolo, onde acontecia às quatro palestras, TED Talk's²⁹ do evento, ingressos de acesso à feira, eram distribuídos gratuitamente. Estas palestras durante a feira, em sua terceira edição, possuem o objetivo de trazer “reflexões sobre a cena artística”, neste ano com os temas, “Arte como resistência, Design, Coleção nas Américas, e A cidade como espaço de arte”. Aspectos e acontecimentos que autores descrevem como, uma forma de gerar um caráter mais formal e

²⁸ Artista nascida em Matsumoto no Japão, em 1929, ganhou visibilidade em Nova York na década de 1960, como representante de vanguarda. Seu trabalho abrange pinturas, performances, instalações, entre outras modalidades. Acesso em: <<https://www.davidzwirner.com/artists/yayoi-kusama/biography>>.

²⁹ “A TED é uma organização sem fins lucrativos dedicada à divulgação de idéias, geralmente sob a forma de conversas curtas” os chamados Talk's. Começando em 1984 a TED, hoje é propriedade da Fundação Sapling, uma fundação privada sem fins lucrativos, criada em 1996 por Chris Anderson. Acesso em: <<https://www.ted.com/about/our-organization>>.

intelectual, ao ambiente dedicado exclusivamente ao comércio (MOULIN, 2017; THORNTON, 2010, 2015).

A Feira Parte

Figura 3- Mapa da Feira Parte



Fonte: Organização da Feira da Parte.

Acontecendo no salão Marc Chagall do Clube Hebraica em São Paulo, o evento ocorreu entre os dias 9 e 12 de novembro de 2017. A Feira Parte, é uma feira de arte com proposta alternativa, segundo uma de suas idealizadoras, Lina Wurzburg³⁰, em palestra na fundação Getúlio Vargas, uma feira que está a parte dos grandes eventos do tipo. Que procura suprir a demanda, de jovens artistas e galeristas que gostariam de viver de arte, mas ainda não conseguem. O local recluso, a sombra de grandes e velhas edificações à margem do rio pinheiros, dava a dimensão do evento realizado. Localizado ao fim da rua, com portas de metal, pé direito baixo e sem aberturas externas, o salão Marc Chagall, no momento em que cheguei era quase desabitado. Se comparado à SP-Arte suas expectativas talvez sejam bem mais modestas.

³⁰ Em participação na semana de artes da fundação Getúlio Vargas em 2016. Depoimento dado em mesa introdutória sobre o Mercado de Arte. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=BFabYMFFodw>>.

Os frequentadores desta Feira, que aos poucos foi ganhando visitantes, eram em sua maioria pessoas de média idade, que pela aparência julgaria entre os 28 e 50 anos. Entre estes, existem poucos jovens e negros, mais localizados enquanto funcionários, seja da própria feira ou de estandes de galerias, projetos ou revistas. No ambiente, apesar de atividade recreativa dedicada ao público infantil, “Caça ao Tesouro”, sua presença aqui, é tão pequena quanto na SP-Arte. Porém diferente da grandiosa feira anterior, nesta o silêncio se destaca ao menor som que o quebra. Nada de grandes filas, nada de grandes rituais de acesso, as também classes média e alta que circulam nesta feira, estão bastante quietas, pouco se olham e aparentemente não parecem em nada agitadas. Seus visitantes são mais quietos e concentrados, atentos a serem atendidos, bajulados e a observar as obras.

Com luzes frias, escondidas em teto emoldurado por um estuque branco e grandioso sistema de refrigeração, que soluciona a falta de abertura externa; o salão principal de mil e quinhentos metros quadrados, estava pavimentado com 29 estandes de galerias e uma sessão solo ao centro, que agrupava outras quatro. Aqui dentro, as noções de dia e noite praticamente não existem. Ainda cinco projetos especiais, quatro coletivos de arte³¹, três escritório de artes e uma revista, possuíam cada, um estande na feira. Fora esses, praça de alimentação e banheiros, a feira contava também com um pequeno canto com 33 cadeiras, para realizar a chamada “Programação Cultural”.

De certo modo, apesar do nome, alguns projetos especiais em feiras, muitas vezes tomam a configuração de anúncios de serviços e publicidade para negócios, de economia tanto financeira quanto simbólicas. Algo que se parece com um circuito de trocas de legitimação e valorização recíproca. Por vezes de coisas que nem mesmo ainda existem, como no caso do estande do Centro Cultural Veras, ainda por ser construído em Florianópolis, mas já contando com vendas na Feira Parte para tanto.

A Programação Cultural, ambiente dedicado a uma série de palestras a respeito de arte, proporcionado pela fundação Marcos Amaro³², ora se encontrava pouco frequentado, ora com pessoas sentadas ao chão, de tão lotado. De fácil lotação, esse pequeno canto se encontra

³¹ Por depoimentos, se trata aqui de grupos de artistas, unidos com um propósito, geralmente de produção de obras de arte, compartilhando tais processos. Segundo um deles, na feira foram selecionados quatro destes, de 80, uma iniciativa própria da feira Parte.

³² “A Fundação Marcos Amaro é uma organização cultural privada sem fins lucrativos. Como missão, tem o intuito de pesquisar e difundir a obra do artista Marcos Amaro, incentivar a produção artística contemporânea, mostrar o acervo e produzir conteúdo crítico a fim de investigar e documentar a arte.” Disponível em: <<https://fmarte.org/institucional-fundacao-marcos-amaro/>>.

ornamentado com duas obras de arte, uma de Lasar Segall³³, *Retrato de Esther Bessel* de 1925 e outra de Iberê Camargo³⁴, *Carretéis* de 1978. Ali, ainda aconteceu a abertura de um edital de ocupação³⁵ da própria fundação Marcos Amaro e uma premiação, para Residência Kaaysá³⁶, que se deu pela escolha de um artista comercializado na feira, naquele instante.

Essa Programação cultural possuía seis diálogos, distribuídos em dois dias, eram Arte e Poesia, Fotografia Política, Acervo e Colecionismo, Arte em Formação, Territórios não Óbvios e Escultura no Espaço Atual. Contribuição esta para o aspecto cultural do evento. Entre seus palestrantes constavam figuras nacionais e internacionais, respondendo a perguntas de pessoas ávidas, que buscam maneiras de sempre se apreender um pouco, a respeito de arte. Constatação vinda das perguntas da plateia, formada principalmente por pesquisadores, colecionadores e entusiastas, que procuravam e reivindicavam um ambiente de elucidação sobre artes, fora de graduações na universidade.

Nas palestras realizadas, é possível destacar falas que agregam na observação de expectativas desse meio de produção. Na mesa “Acervo e Colecionismo”, a palestrante museóloga Marilúcia Bottallo, revela que coleções advêm hora de fatores emocionais, preenchendo o ser humano que a detém, hora como forma de representação social, visto o prestígio que tais promovem. Comenta com certa sensação de resguardo, assim como o curador independente Ivo Mesquita, no Galerias em Debate, que vivemos um tempo curioso: “Já que, tínhamos que antes era colecionável o que era arte do passado, e hoje fazemos coleções de arte contemporânea, dinâmica que ainda devemos estudar”.

Junto a Marilúcia Bottallo, Cecília Machado também museóloga palestrante na mesa, discorrem a respeito das perguntas que surgem da plateia. Como comentários apontam que “no ambiente institucional o valor econômico é uma informação sigilosa”, e alerta, “que museu não vai fazer comércio de obras de arte”. De modo que pode parecer estranho nesse

³³ Lasar Segall (1889- 1957). Pintor nascido na Lituânia, que viveu no Brasil e é famoso por suas obras caracterizadas como expressionistas. Disponível em: < <http://enciclopedia.itaucultural.org.br/pessoa8580/lasar-segall> >.

³⁴ Iberê Camargo (1914- 1994), importante pintor, gravador, desenhista, escritor e professor brasileiro. Disponível em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/pessoa1721/ibere-camargo>>.

³⁵ Edital de ocupação se refere aqui a premiação concedida a artistas, para ocupação de ambiente específico com realização de obras próprias, seja feitas no local ou somente instaladas. Exemplo, o próprio disponível em: <https://fmarte.org/wp-content/uploads/2017/04/EDITAL_FMA.pdf>.

³⁶ A premiação de Residência se refere neste caso, a oferta de estadias a artistas por certo período de tempo, em locais que se esperam proporcionar, incentivos a produção dos mesmos. A residência Kaaysá, por exemplo, procura tal êxito a partir do contato com a Mata Atlântica brasileira, o mar, uma comunidade de pescadores e indígenas. Disponível em: < <https://www.kaaysa.com.br/portugues> >.

caso, o meu testemunho de museus com estandes na SP-Arte realizando vendas de obras de arte, de forma direta e indireta. E citam de bom grado que, a legislação brasileira privilegia o público e não o privado, dando como exemplo que a baixa patrimonial para museus privados no país “é demoradíssima”.

Já na palestra do curador Ricardo Resende da fundação Marcos Amaro, localizada em Itu, em antiga fábrica têxtil, este que mantém uma postura que presta louvores ao ambiente onde trabalha atualmente, pinta em grande estima o idealizador e proprietário do projeto, Marcos Amaro. Apresenta que: “O empreendedorismo do proprietário da fundação é herdado do pai, Rolim Amaro, criador da TAM”. Ricardo ainda comenta sobre seu antigo trabalho, como curador do museu carioca, Bispo do Rosário Arte Contemporânea. Segundo ele, um trabalho simples, que procurava a alma de tal museu. Em comparação com o atual trabalho na Fundação Marcos Amaro, apresenta que a mesma, quer ser um “lugar libertário” e “não engessado como feiras, museus e outros espaços, um lugar que não condicione o artista a outro interesse se não as artes”.

Neste ambiente, no recolhido canto da Programação Cultural, tudo parece ser feito de maneira suscetível, dentro das possibilidades. Sofrendo alterações, organizações e readequações com pouca formalidade no momento presente dos acontecimentos. Ali uma das diretoras da feira, Tamara Perlman, é também a mediadora, a anfitriã, quem leva os microfones, e ainda quem organiza e decide uma série de acontecimentos imediatos. Ela Comenta: “Aproveita que não é sempre que reunimos duas pessoas assim” diante do silêncio da plateia no momento das perguntas. Durante as palestras o público tira fotografias dos slides, e ao fim a organização da feira dos palestrantes, a frente de todos, antes do próximo palestrante, já posicionado ali, começar a falar. Nas palestras também vão se delineando os contatos, tudo remete a algo, propagandeando exposições, livros, trabalhos, artistas e galerias; poucas coisas são expostas de maneira realmente desconexa. A programação “Arte e Poesia” é um oferecimento do Programa Latitude e da ABACT... Os barulhos de fora do espaço cultural e buzinas na rua atrapalham ouvir as palestras.

Os preços na Feira Parte tem uma característica alternativa e a compra direta, não se limita a única maneira de se adquirir obras de arte. Aqui não saberia necessariamente precisar preços médios, mais altos ou baixos, por sua variedade neste aspecto, porém existem preços tão altos quanto na SP-arte e outros bem mais baixos do que lá. Por exemplo, coletivos de arte, que em uma feira possuem a mesma finalidade de outros estandes, à venda, continham preços

baixos e formas alternativas de aquisição. Como prática o Coletivo Rifa, rifou obras todos os dias às 20h, a partir de cartelas vendidas ali por 50 reais. Preços baixos também eram verificados, em obras de qualidade extremamente duvidosas, até mesmo para não especialistas.

O perfil das obras de arte na Feira Parte é um aspecto que chama a atenção. Inclusiva de galerias diversas, em graus de desenvolvimento e modos de atuação, algumas obras aqui são vistas pelo autor, como de qualidade duvidosa, a partir de um olhar como dito, não especializado. Coisas que Alain Quemin (2014) atribuiria talvez, como mercado de dúzias³⁷ ou mesmo uma versão deste mais atualizada, com materiais baratos, estilizações e técnicas complicadas de se avaliar, até mesmo em tendências contemporâneas. Algumas obras se valem mais pelo nome do artista do que propriamente pela qualidade, estas muitas vezes se encontram em complicado estado de conservação (sujas), e tem dificuldade de repercutir características próprias dos artistas, vistas e divulgadas em outras exposições, por mais que tentem. Infelizmente lembram sobras ou experimentos mal sucedidos.

Algo interessante nesta feira, que se anunciava enquanto à única feira de “Arte contemporânea no Brasil com foco em novos talentos”³⁸, a partir da *home page* de seu website, foi a verificação de artistas já consagrados e mortos a muito tempo. Apesar de que em quantidade bem menor do que na SP-Arte, tomando suas devidas proporções, foi possível verificar em galerias, como na paulistana Emmathomas³⁹, artistas como Robert Rauschenberg e Jean Michel Basquiat⁴⁰. Artistas os quais obviamente não estão entre aqueles que a galeria nacional representa, (segundo seu site). Internacionais, mortos e já consagrados há muito tempo, o que acabam por insinuar, é certa atuação que concorre à valoração e legitimação, também a partir do mercado secundário, de galerias com foco no mercado primário.

Diferença também perceptível com a SP-Arte, estava no programa das galerias, visto na seleção curatorial de obras apresentadas. Abordado por uma funcionária do escritório de arte AR, pergunto sobre o programa do escritório, o critério de aquisição de suas obras, ao que

³⁷ Mercado de dúzias se refere a um segmento menor do mercado de arte, segundo Quemin (2014) o qual poderia ser entendido como “intra-artístico”. Atuante com técnicas figurativas e repercutindo aos imperativos do gosto majoritário, muitas vezes se apresenta na forma de um “neoimpressionismo” com motivos agradáveis tratado de modo agradável. Mais próximo de bens de consumo do que de obras de arte (QUEMIN, 2014).

³⁸ Acesso em: <<http://feiraparte.com.br/>>

³⁹ Salienta-se também que a galeria Emmathomas na “Feira PARTE 2017, marca a materialização da nova Emmathomas Galeria, sob gestão do artista e empresário Marcos Amaro desde agosto desse mesmo ano”. O mesmo que proporcionara a Programação Cultural e nela um edital. Acesso em: <<https://www.emmathomas.com.br/2017/11/reinauguracao-emma-feira-parte-2017/>>

⁴⁰ Ambas serigrafias dos pintores norte americanos, Robert Rauschenberg com relevante atuação na década de 1950 e Jean Michel Basquiat na de 1980. Acesso em: <<https://www.moma.org/>>.

recebo: “É mais tradicional” sem grandes discriminações do termo, o delimitando apenas como, “tal como os trabalhos aqui, pintura e escultura”. Relata-me que trabalham com séries específicas dos artistas, e não com a representação de toda a produção dos mesmos. “Não possuímos um espaço físico” e nem suas atribuições- comenta ao ser questionada sobre diferenças com as galerias. Pergunto ainda, como conseguem atrair clientes, sem um espaço físico. Ao que parece me responder, que possuem uma série de contatos, uma série de clientes. Confessa que julga este cenário como muito competitivo, pois segundo ela, não existe exclusividade na representação de artistas. Alguns galeristas, ainda me dizem que duas galerias não podem representar um mesmo artista em um mesmo estado, outros, que não a mesma série, e ainda outros a existência sim, de contratos de exclusividade com artistas.

A concorrência entre os pares, galeristas e marchands, nesta feira é pronunciada a quase todo o momento. Em conversas em estandes diversos, é grandioso o número de pessoas que me falam de sua existência. Ao perguntar ao dono do escritório de arte Hilda Araújo, o porquê de artistas já mortos e consagrados em uma feira de arte contemporânea, com o foco em novos talentos, me responde que em parte por que: “Um mercado assim não se sustenta”. Dizendo que não se tem feiras assim, a esses moldes, completamente contemporânea, “por que... Não dá”. De que cerca de 10 feiras que diz fazer ao ano, somente duas em Miami, são exclusivas a obras realmente contemporâneas. Uma mulher neste escritório de arte, comenta que é irmã de um dos artistas expostos, Carlos Araujo⁴¹, não sendo galeristas diz que conseguem vender sua obra, já que relata ser proibido o comércio de parentes por parentes neste meio de produção, como galerista.

Passo pela galeria BG27. Projeto de dois irmãos artistas, vendendo as suas próprias obras e as de outros. Comentam que antes tinham um estúdio de Branding e Design, área de formação de ambos que expressam sem o menor problema, o que acabou virando uma galeria de artistas. Gabriel e Billy Sáez os donos da galeria, dizem que estranharam um pouco, pois vindos de uma dinâmica de projetos de Design, neste meio de produção as coisas são um pouco diferentes. “Artistas respondem a e-mails após cinco dias, achando que está tudo bem com isso”. Neste estande também existem coisas curiosas em relação à percepção de obras de arte, coisas com acabamento refinado, passíveis do olhar, composições manipuladas ao gosto, com estratégias de cores e formas, além de motivos “joviais”, como por exemplo, esportes.

⁴¹ Artista paulista nascido em 1950. Acesso em: <<https://www.escritoriodearte.com/artista/carlos-araujo>>.

Assim como a sessão de design na SP-Arte, a Feira Parte tem uma galeria de design autoral, a Galeria Nicoli. Segundo ela a primeira do gênero no país. De passagem perto a este ambiente, vejo alguém levando um grupo de pessoas em uma visita guiada, com certa certeza posso afirmar ser Julie Belfer⁴², consultora de arte conhecida por seu trabalho. Diferente das visitas guiadas na SP-ARTE, esta acontece desvinculada da organização do evento, empreendimento da própria consultora, que realiza tal serviço enquanto, palestras, visitas, viagens, cursos e orientação para artistas. Na Feira Parte, o comportamento dos galeristas não é agitado, e nem se encontram fechando negócios ou atendendo a pessoas a todo instante. Cochicham entre si e ficam por extensos momentos a esperas de pessoas. Nos dois dias em que estive presente, o afluxo de visitantes, não é grandioso ou como dito apressado. Estes olhando os estandes, não são de certo modo, assediados a todo instante por funcionários, estão livres para observar e requisitar o atendimento.

Alguém que me pede o anonimato, funcionária com certa experiência no ramo de vendas, tendo seus últimos dias na galeria em que trabalhava, me segreda alguns comentários. Declara pouco a respeito da competitividade no mercado, e diz que devo tomar cuidado, para não perder certa virtude artística, estudando o tema. Questionada sobre as possíveis causas da concentração de galerias na região paulista, entre Jardins, Pinheiros e Cerqueira César, argumenta que imagina que: “Detendo uma importante posição, os arquitetos enquanto profissionais com uma cartela favorável de clientes, atraem pessoas e decora residências de seletos segmentos. E tais pessoas, até mesmo a classe AA, não quer se deslocar tanto”. Me diz que geralmente estes mercados regionais, fora do eixo Rio- São Paulo, são monopolizados por poucas ou única galeria. A galeristas da Galeria Papel assinado, especializada em gravuras, também reitera a importância dos arquitetos neste meio de produção, comentado a facilidade de acesso por eles, a artistas de grande nome a partir da gravura.

Visito o estande do instituto Adelina, projeto especial do lado da galeria de mesmo nome. Seu objetivo é promover-se enquanto centro cultural, suprimindo segundo eles, a carência do afastado bairro de Perdizes em São Paulo, onde se encontram solitários como ponto cultural⁴³. Em outra confidência, a respeito dos modos de seleção das galerias pela Feira Parte, um galerista me diz que a seleção de projetos para participação, “não é de uma super concorrência”. E que em relação a posições estratégicas na cidade de São Paulo, para as

⁴² Acesso em: <<https://www.juliebelfer.com/>>.

⁴³ Salienta-se que o bairro de Perdizes, também fica na região central de São Paulo. O instituto Adelina está cerca de somente 3 km de Cerqueira César, 4,5 km dos Jardins e 3 km de Pinheiros.

galerias, “fora da região do centro, jardins, e pinheiros, até de conhecidos, você consegue ativar a curiosidade, uma, duas, três vezes, mas sempre... Várias vezes! (...) Não”. Segundo ele, acha que as pessoas optam pelo que é caminho, pelo que é mais cômodo, e não deslocam grandes distâncias para visitar galerias.

Considerações

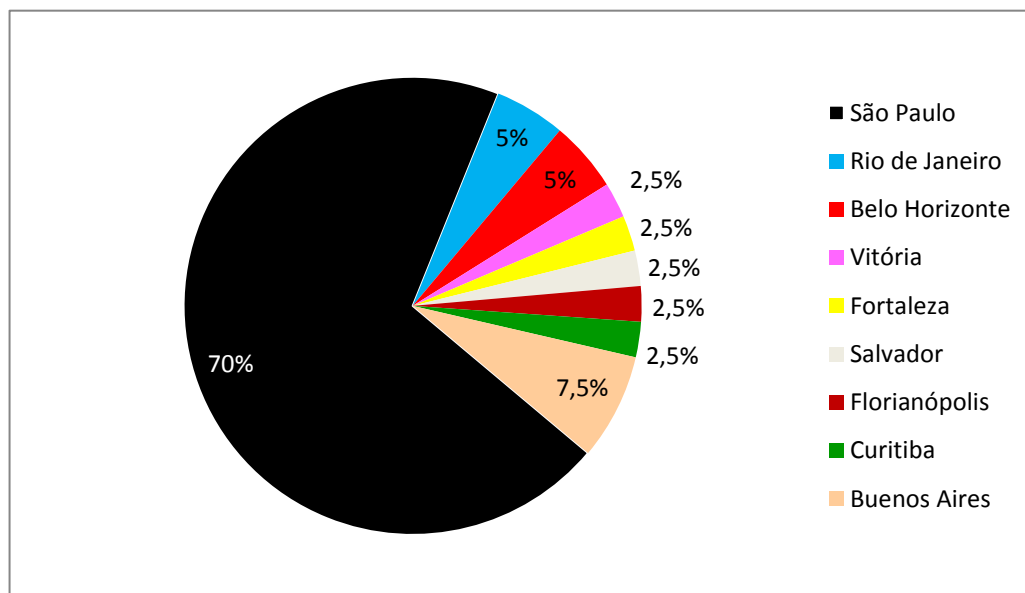
Nesta etapa procurou-se demonstrar aspectos desse meio de produção, de seus agentes e atores, dados em atitudes e falas representativas de si e suas atribuições. Um retrato do ambiente e de suas preocupações, expectativas, discussões e formas de relacionamento, tratadas a todo tipo de sorte. Sorte esta empreendida em terreno tido enquanto fértil. Lugar onde se pode testemunhar o semear e o brotar de inúmeros empreendimentos relacionados ao mundo da arte. Contraste concreto as pouco conhecidas e pouco numerosas iniciativas empenhadas à mesma atividade em territórios fora do eixo, Rio de Janeiro - São Paulo. Relação possível de observação, verificada a partir dos eventos frequentados e relatados, deste meio de produção, formado por um meio de circulação.

Como ponto de atenção, a distribuição dos expositores de arte por região nas feiras frequentadas, podem auxiliar na contínua observação, desse meio de produção em seu caráter nacional. Ao passo que, cada uma das Feiras a sua maneira, com expectativas e objetivos próprios, dados a certo estado de desenvolvimento, demonstram características e dados dessemelhantes, possíveis de comparação proporcionalmente a seus aspectos. No entanto, não totalmente afirmativos por si só, de uma possível concentração geográfica desse meio de produção e sua forma de comercialização no país. Ainda sim incidem e colaboram para um olhar levado a tanto.

Dos expositores de arte com estandes na Feira Parte, que também incluem os coletivos e os escritórios de arte, além das galerias, temos 28, 70%, advindos da região metropolitana de São de Paulo Capital, dois do Rio de Janeiro e dois de Belo Horizonte com 5% cada. Com um estande por região tem se, Vitória, Fortaleza, Salvador, Florianópolis e Curitiba com respectivas representações de 2,5% cada, contando ainda com três presenças internacionais, todas da Argentina, todas de Buenos Aires (7,5%). Desconsidera-se aqui, a galeria de design

Nicole, em favor da exclusividade na comercialização de obras de arte. (As presenças foram separadas por cidade, devido à concentração das mesmas somente nas capitais).

Gráfico 1 - Distribuição dos expositores de arte por região: Feira Parte 2017

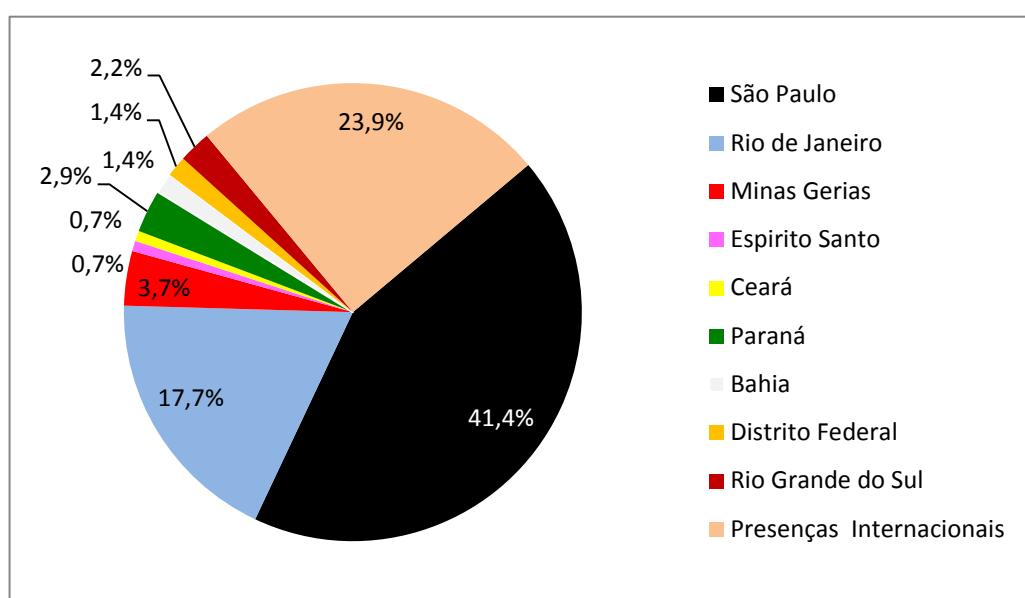


Fonte: Gráfico do autor realizado a partir do website da feira.

Na SP-Arte, na sua 13ª edição, temos escritórios de arte e antiquários que também comercializam obras de arte, porém aqui vendendo design. Focando observar o cenário artístico, se contabiliza somente os stands comerciantes exclusivamente de artes, com exceção dos museus e centros culturais. Vê-se também que nesta feira, stands diferentes de uma mesma galeria, vendem arte em sessões separadas, o que igualmente não se contabilizará como pontos diferentes. Temos também que algumas galerias possuem mais de um espaço, em cidades diferentes, o que será contabilizado cumulativamente na abrangência das regiões dos expositores da feira. Assim na SP-Arte se tem a presença de, 56 expositores de arte advindos de localidades no estado de São Paulo, 41,4%; 24 do Rio de Janeiro com 17,7%; cinco de Minas Gerais, 3,7%; uma do Ceará e uma do Espírito Santo com 0,7% cada; quatro do Paraná, 2,9%; duas da Bahia e duas do Distrito federal com 1,4% cada e 3 no Rio Grande do Sul com 2,2%. O restante se dá com expositores internacionais, 23,9%. Salienta-se também, que entre as galerias brasileiras presentes na SP-Arte, somente duas, não se

localizam nas respectivas capitais de seu estado, a Marcelo Guarnieri com estabelecimento também em Ribeirão Preto (SP) e a Lemos de Sá, localizada exclusivamente em Nova Lima (MG).

Gráfico 2- Distribuição dos expositores de arte por região: SP-Arte 2017



Fonte: Gráfico do autor realizado a partir do catálogo da feira.

Nos eventos frequentados, o entusiasmo de atores desse mundo das artes sempre está em alta. Prontos para fazer negócio e sempre a perguntar “qual será seu campo de atuação”, nas pesquisas de campo, ainda é comprovada a continuidade histórica da majoritária presença feminina branca, neste meio de produção na capital paulista. Nestas pesquisas, limites se apresentam pela curta esfera de amostragem possível de captação. Em ambientes dedicados ao comércio, em jornadas de trabalho muitas vezes apressadas, muito pouco é perceptível dos detalhes e modos de atuação, favorecidos pela cidade de São Paulo, no seu cotidiano, em processos diversos do ofício. Veja também que alguns eventos não foram visitados, pelos finitos recursos disponíveis para tanto, pelo foco dos mesmos, assim como pelo desconhecimento de sua existência. Casos como a MADE: Mercado. Arte. Design, feira internacional de design colecionável em São Paulo, que também vende obras de arte, e das feiras de arte, ArtRio, no Rio de Janeiro e Artebh, em Belo Horizonte. Esta última, que no ano de 2018 teve realização da “Parte Produções Artísticas”, mesma realizadora da Feira Parte.

Algumas palestras, não foram descritas no relato das pesquisas de campo, pois se concluiu que as mesmas, não reverberavam aos interesses da pesquisa, sobre o funcionamento do mercado de arte no Brasil e suas relações com cidades como São Paulo. Assim as transcrições dos relatos em campo não coincidem com o total de acontecimentos no mesmo. Caso de palestras como “Meios e razões para Internacionalização”, no evento Galerias em Debate e tantas outras nas férias de assuntos diversos. Existiram ainda acontecimentos que pela falta de abordagens e conexões específicas com o tema, vieram a gerar ínfimas quantidades de informações, como o caso da “Sessão do Tira Dúvidas” no Galerias em Debate. Ali o contato com a profissional ocupada do assunto logística, as contribuições se limitaram ao relato de que, em sua atribuição se faz muito difícil o trabalho em outro lugar que não na capital paulista, pela precariedade e carência de produtos e serviços específicos.

Este capítulo, retratando aspectos do meio comercial da arte, trouxe com sigilo, um olhar sobre questões que circundam essa produção contemporânea. Problemas e questionamentos, que escorrem por este viés do sistema artístico, como, a centralização da arte contemporânea, os grandes eventos de arte internacional, a fundação de majestosos museus pelo mundo, o mercado e a tecnologia, a necessidade de público, a integridade do caráter das obras de arte, o prestígio social no mundo artístico, problemas velados no processo de produção, discussões escusas, entre outros. Ainda se testemunhou que a sentença “equipe organizativa”, em eventos no geral ou em desenvolvimento de projetos e galerias, nunca é composto exclusivamente de pessoas ligadas somente ou diretamente à realização, mas é formado pelo envolvimento de uma série de contratos profissionais, na prestação de serviços e aquisição de produtos.

Característica observada, é que apesar de delimitada em ambientes diferentes, como na universidade, e em livros e artigos voltados ao assunto, as funções distintivas de cada agente e ator nesse meio de produção das artes visuais, parece sempre ser cambiante. Em um cenário em constante análise, do seu estado atual de desenvolvimento, estratégias e atribuições como normas, parecem serem negociadas o tempo todo. Esticando limites, estreitando fronteiras ou as cruzando, artistas, galeristas, marchands, museólogos, curadores, diretores, colecionistas, consultores, críticos e adviser’s; todos neste plano nacional, da produção artística, se desdobram dentro das possibilidades negociáveis de valoração simbólica, para agir e manter em funcionamento o seus espaços. Não caracterizando aqui, sentido ou julgamento de valor, mas seguindo nas tentativas de possibilitar a demonstração de trocas, e de agenciamento econômico, que sustentam esse meio de produção e grande parte de seus atores.

Capítulo 2

A correspondência: Os números da geografia do mercado

A presente pesquisa observando contribuições ao questionar, limites geográficos no mercado primário de artes no Brasil, usa dados das pesquisas do Panorama setorial da cultura Brasileira, do Atlas Econômico da Cultura Brasileira, assim como do Ministério da Cultura, para investigação das características desse cenário. Apresentando aspectos da posição do mercado e do campo artístico na sociedade brasileira, elas agregam no presente capítulo, não só com dados, mas com sentenças e modos de análise que favorecem a observação. Assim, esta etapa tenta capturar aspectos do meio social na atualidade, que possam ser tanto influência, quanto resultado de processos e relações mais complexas, ainda por serem abordados, que tanto influenciam na situação do meio e mercado artístico nacional.

O Panorama Setorial da Cultura Brasileira é uma pesquisa elaborada em três volumes, abordando o campo de produção cultural no Brasil. O mesmo é segmentado em “agentes (artistas, produtores e fornecedores), viabilizadores (iniciativa privada e governo), difusores (pontos de distribuição de produtos culturais e divulgadores) e o público consumidor”. Seu objetivo é “observar o cenário da *indústria cultural* brasileira por meio da perspectiva dos atores da indústria da cultura [...]” (JORDÃO, 2012, p.35), em uma amostra mais panorâmica, como dito, destas impressões. Propondo compreender o papel de cada ator e sua relação com os demais. O que proporciona a presente pesquisa dados estáticos de relações mais concretas, no campo de produção artístico, do país.

Com o auxílio de dados do Ministério da Cultura, por meio de seu mecanismo de verificação e prestação de contas a população, neste caso o SalicNet, ferramenta digital de acesso a informações de projetos culturais, a presente pesquisa ganhou a possibilidade de verificação e comparação de alguns dados. Sendo, a observação sobre a amplitude espacial de investimentos específicos e sua variedade de características, por área e segmento no território nacional. Atitude comum a outras pesquisas utilizadas, que também fazem uso da oferta de dados do governo federal.

Recentemente os organismos internacionais Unesco (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura) e Unctad (Conferência das Nações Unidas sobre

Comércio e Desenvolvimento), tem apresentado a econômica da cultura e a criativa, como meio de desenvolvimento socioeconômico sustentável para economias emergentes. Apoiado nesta relação, entre cultura e desenvolvimento econômico, este atlas econômico, de responsabilidade da Secretaria de Economia da Cultura, apresenta informações empíricas e teóricas, para o melhor desenvolvimento e entendimento desses setores. Nele em abordagens diversas, que caracterizam uma série de artigos, a especificidade de algumas passagens, muito podem contribuir para o presente trabalho com características que marcam este tipo de atividade comercial e suas formas de administração.

O capítulo se configura na observação e análise de certos dados, e seus aspectos de relevância e pertinência para as questões propostas, sendo necessário informar, que apreendem correlações, no intervalo de tempo entre os anos de 2011 a 2017. Materiais importantes nessa etapa, para o pensamento de alternativas de análise que, favoreçam uma abrangência maior as dadas formas de visão. O que localiza e abre interesses a novos pontos, relações, competências e ambientes ainda não observados. Na intenção mesma da obtenção de respostas a questões específicas, como por exemplo, as do presente trabalho e outras que ainda podem surgir. Aspectos que mostram ao atual estado desse campo de produção, relegado a uma série de características próprias e sociais.

Distribuição e investimento cultural no Brasil

O primeiro volume do Panorama, que aborda relações entre agentes e viabilizadores, entendidos como o governo, a iniciativa privada e os produtores culturais, possui aspectos esclarecedores. Nele métodos de pesquisa qualitativos e quantitativos, são usados em amostragens com características sociodemográficas e comportamentais do consumo cultural dos Brasileiros. Para construir seu universo de amostras, usou-se a base nacional de proponentes na lei Rouanet, de 2007 a 2011 (14.853 nomes), visto sua importância e abrangência nos últimos anos no país. Assim, realizou um sorteio que selecionou 500 entrevistas, (de 7.000 nomes, universo viável da pesquisa), em proporção idêntica ao universo nas relações, ano de solicitação do projeto, estado de origem, tipo de pessoa, área cultural do projeto, mecanismo da lei e dados de acesso do proponente. Também foram submetidas a cotas por tipo de pessoa (Física ou Jurídica), estado e área cultural (JORDÃO, 2012).

Deste modo o universo de produtores proponentes de projetos na Lei Rouanet, nos mecanismos Mecenato, Fundo Nacional de Cultura (FNC) e Recurso do Tesouro (JORDÃO, 2012), apresentaram a seguinte relação de dados pertinentes a presente pesquisa, que se põem a observá-los e analisá-los em suas características próprias. A pergunta que este primeiro volume do Panorama se fez é, “Quem é o produtor cultural e qual sua atuação no mercado de trabalho?” No caso, quem são estes viabilizadores, tanto em âmbito público, privado e híbrido. Nele já sendo possível visualizar em alguma medida, dados que se mostram relevantes para observação de incidências da concentração geográfica, desse meio de produção cultural.

Dentro do perfil geral do produtor cultural Brasileiro, pode se perceber, pelos dados absolutos do PSCB⁴⁴, de uma amostra de 500 entrevistas que, relacionado ao gênero, 57% dos produtores culturais são homens, e 43% são mulheres (mesmo que no total da população brasileira só 49% sejam homens). As mulheres tem destacada presença enquanto produtoras culturais, superior a dos homens, nas áreas culturais das Artes Visuais e do Patrimônio Cultural (JORDÃO, 2012). O que reforça e amplia a percepção da majoritária presença feminina em estudos de campo da presente pesquisa, e do histórico traçado por Durand (1989) que situa o protagonismo das mulheres neste campo de produção. A faixa etária dos mesmos se encontra, independente do gênero, acima dos 31 anos de idade, com apenas 11% abaixo disto. Com tais dados e pela pouca disponibilidade de cursos⁴⁵ nas áreas de gestão e produção cultural, segundo o PSCB pode-se inferir a baixa renovação e profissionalização deste campo de atuação (JORDÃO, 2012).

Nas pesquisas de campo, por vezes visualizei, declarações em palestras, de atores do mundo da arte reclamando sobre o foco na juventude. Assim como a curiosa centralização da arte contemporânea o foco em artistas jovens e naquilo que pode ser visto como inovação, é uma busca vista constantemente. No entanto como reforçam os dados de produtores, mostrados pelo PSCB, a precocidade biológica não repercute da mesma maneira em todas as áreas desse campo. Apesar desse meio de produção dar as aparências, uma interminável busca pela novidade, traduzida na juventude, tirando os artistas ela se torna rara. Olhando o The

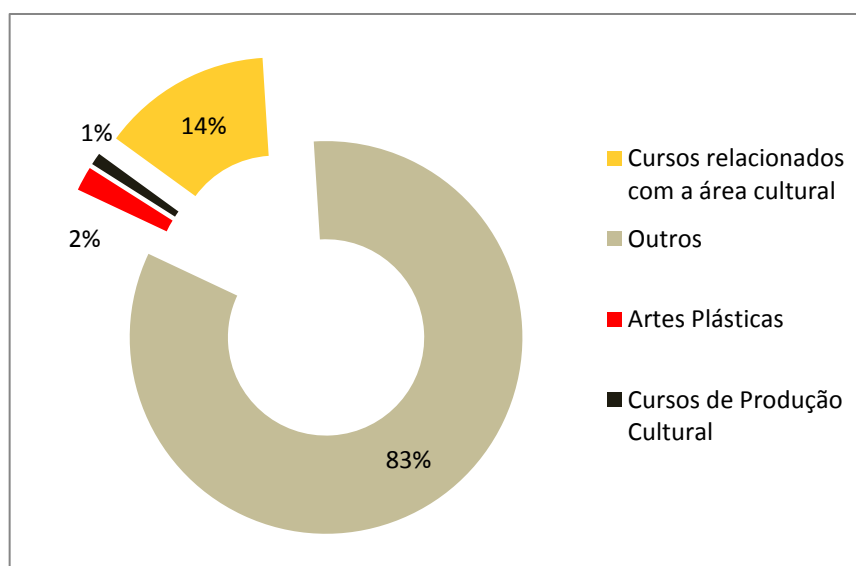
⁴⁴ Refere-se à pesquisa Panorama Setorial da Cultura Brasileira. Que no perfil geral do produtor cultural brasileiro, agrega produtores das áreas das artes cênicas, música, artes integradas, audiovisual, humanidades, patrimônio cultural e artes visuais.

⁴⁵ Segundo a pesquisa do PSCB, com iniciativas que datam dos anos de 1990 e ainda com ofertas muito escassas de acordo com o ministério da educação, os cursos de bacharelado e tecnológico na área, em 2011, eram oferecidos por somente oito faculdades no país (JORDÃO, 2012). Em pesquisa no Cadastro e-MEC de Instituições e Cursos de Educação Superior, em 2018, esse número subiu para 14 instituições. Disponível em: <<http://emec.mec.gov.br/>>.

Power 100⁴⁶ de 2017, lista de uma influente revista especializada norte americana, das cem pessoas mais influentes do mundo da arte contemporânea, a juventude não uma das características destacadas.

Sobre aspectos que possam nos evidenciar o estado de profissionalização deste campo, insere-se pelos dados do PSCB que, 77% dos produtores possuem formação superior⁴⁷, contra apenas 7,9% da população brasileira. Também se destacam aqui as mulheres, maioria com ensino superior de todos os graus. No entanto de todos estes produtores culturais, apenas 17% têm formação específica nesta área de atuação, relacionada às artes ou à produção cultural, e destes, apenas 1% é formado em curso de produção cultural e 2% em Artes Plásticas. A formação superior do produtor cultural é diversa, sobressaindo áreas de humanas com 66% dos cursos acadêmicos. Vê-se também que produtores atuantes nas regiões Centro Oeste e Norte, têm índices menores de formação em áreas que contemplem conhecimentos de gestão e domínio de conteúdo da área cultural, o que já é pequeno no geral com apenas 14% do total, com formação que contemple este tipo de conhecimento (JORDÃO, 2012).

Gráfico 3- Distribuição da formação superior de produtores culturais.



Fonte: Gráfico do autor a partir de dados da pesquisa do PSCB, 2011. Amostra de curso superior 386/500

⁴⁶ Disponível em: <https://artreview.com/power_100/>.

⁴⁷ O que pelos dados do Inep, autarquia federal vinculada ao Ministério da Educação (MEC), se visualiza que, em 2015, o estado com maior número de instituições de ensino superior no Brasil, é São Paulo e sua região, a Sudeste. Região esta, que possuía e este ano, o maior número de concluintes em cursos presenciais de graduação em todo país (BRASIL, 2015).

Se tomarmos a estes dados características peculiares deste meio de produção, que serão observados nos capítulos 3 e 4, sobre sua história e lógica interna, os mesmo podem não ser surpreendentes. Isto, pois é possível estabelecer uma relação comum, da extração de onde advêm estes atores, até mesmo no Brasil, a características como altos índices de formação superior, predomínio de cursos em humanidades, baixo grau de especialização em gestão e produção cultural, pouca quantidade de artistas e baixa renovação. Fatores que não são derivados totalmente de aspectos externos, mas também ligados aos internos dessa produção.

A remuneração é outro fator tratado pela pesquisa PSCB, que contribui para a profissionalização deste campo de atividades. 63% dos produtores culturais da amostra dependem da remuneração de outras atividades. 77% destes obtêm 50% ou mais de suas rendas destas outras atividades. Assim tens também que 48% dos produtores culturais, não se concentram apenas em sua atividade como produtores para garantir seu rendimento médio (JORDÃO, 2012). O que leva a presente pesquisa a deduzir a necessidade de exploração, por parte destes, de posições geográficas e profissionais, que os possa oferecer modos e campos de trabalho diferentes. Estes produtores culturais, ainda segundo a pesquisa PSCB, tem como parte de seu trabalho a realização de viagens. 82% viajaram a trabalho pelo Brasil nos 12 meses antecedentes às respostas da pesquisa. Existe uma maior tendência de viagens entre, os produtores do Norte e Centro Oeste do Brasil com 87% e de produtores de áreas como, as Artes Visuais com 90%. Conta-se ainda que um terço destes produtores, já viajaram para o exterior a trabalho, e neste aspecto também se destacam os das Artes Visuais, onde metade dos profissionais já levaram algum trabalho para fora do país (JORDÃO, 2012).

O ingresso na atividade de produtor cultural acontece segundo as pesquisas do PSCB, por oportunidades surgidas e não planejadas. Muitos não tiveram oportunidade de participar de cursos de gestão, e mesmo com ofertas recentes, não mostram interesse em se atualizar, o que acaba por tornar a atuação vulnerável segundo a pesquisa. Estes se preparam e se atualizam a partir do aprendizado e experiência adquirida na prática, no envolvimento com artistas e grupos de artistas, com menor relevância, em cursos livres e de especialização. A partir dos resultados, mais da metade destes produtores já produziu realizações de teatro, música popular, artes plásticas e eventos literários; mesmo focando em suas respectivas áreas realizam produções em outras. Assim da amostra, contendo 21 produtores das Artes Visuais, 57% deles já realizaram ou realizam produções na área do teatro e 67% na área de livros/eventos literários, enquanto na própria área 76%. Do mesmo modo, na produção da

área das Artes Visuais se encontra produtores das Artes Integradas 63%, do Áudio Visual 54%, Humanidades 60% e do Patrimônio Cultural 83%⁴⁸ (JORDÃO, 2012).

O PSCB elenca como importante ponto de observação à percepção dos produtores culturais, já que sua atividade é baseada na prática da própria atividade, o que lhe fornece subsídios para tanto. Tentando assim deixar visível, pela percepção de sua prática, as formas de produção cultural no Brasil, por exemplo, como os produtores encaminham seus projetos e efetuam escolhas profissionais. Foi visto que grande parte deles acredita que a habilidade mais importante para sua atuação, é ter bom relacionamento com financiadores (31%), outros, saber planejar operacionalmente e financeiramente o projeto (22%) e ainda outros, ser apaixonado pelo que faz (20%) (JORDÃO, 2012). Paixão vista, em todos os capítulos da presente pesquisa, e que é entendida na lógica interna deste mercado.

Na percepção destes produtores, a facilidade na captação de recurso é vista nas áreas de música popular, televisão, cinema, teatro e multimídia; áreas que consideram tradicionais da cultura brasileira. Entre os segmentos que acreditam de mais difícil captação, está o das Artes Plásticas/ Exposições: com 56% o percebendo como de maior facilidade para captar, 10% não sabendo dizer e 36% como de maior dificuldade. Acredita se também que música popular, televisão, cinema e teatro, tenham maior facilidade na conquista de público, assim como circo, dança, cultura afro-brasileira, rádio, artesanato e multimídia, mas porém percebendo estas últimas, como também, não fáceis de captar de recursos. Deste modo observando os dados disponibilizados pelo SalicNet⁴⁹ no PSCB, de captação de **recursos consolidados** por área cultural entre os anos de 2007 e 2011, foram; para Música 22%, Artes Cênicas 20%, 17% Artes integradas, 14% Patrimônio Cultural, 10% Áudio Visual, 9% humanidades e 8% Artes Visuais (JORDÃO, 2012).

Para maior independência de sistemas de financiamento, a percepção dos produtores culturais sobre o retorno financeiro de suas realizações por área, também foi captada no PSCB. Entre as respostas apenas projetos ligados à música popular, televisão e cinema, foram tidas como propícias para obtenção de retorno financeiro- mesmo que só 43% dos produtores

⁴⁸ Somente se tomou nota aqui, das realizações que se produzem ou já se produziram, na área das Artes Visuais no segmento Artes Plásticas/Exposições. O segmento Fotografia não interessa a presente pesquisa pelas possibilidades de ampliação do caráter e objetivo de atuação de seus produtores. Em detrimento de observações que favoreçam a exclusividade do olhar sobre o campo artístico, que possam repercutir no mercado primário de artes visuais.

⁴⁹ SalicNet (Sistema de Apoio às Leis de Incentivo à Cultura), é uma plataforma digital do ministério da cultura, que funciona como forma de prestar contas das atividades relacionadas às leis de incentivo à cultura.

de áudio visual, assim acreditassem no cinema. O segmento Artes Plásticas, figura entre aqueles percebidos como sem potencial de conquista de público, com dificuldades de captação e sem oportunidades de ganhar dinheiro, isento somente da dificuldade de divulgação. Apesar disto, Artes Plásticas está entre aqueles segmentos os quais, não têm dificuldades maiores do que a média geral para conseguir recursos. No panorama, por **dados consolidados** do SalicNet de 2007 a 2011, na modalidade mecenato, pontua-se que 29,6% dos recursos são aprovados e captados no segmento Artes Plásticas, que possui uma variação positiva de 3,1% para mais, em relação a média geral de captação pela Lei Federal de Incentivo à Cultura, na mesma modalidade (26,5%) (JORDÃO, 2012).

Cabe a presente pesquisa que observa em análise exploratória, o mercado primário de artes e sua dimensão geográfica no país, explicar novamente, que os atores do campo artístico, são cambiantes em suas funções. Visto não só em pesquisa de campo e relações aparentes- de fontes primárias como folders, anúncios, cartazes e websites de galerias - a atuação cambiante, mencionada também por outros autores⁵⁰, acaba por dificultar a análise a partir das relações estabelecidas pelo PSCB. Mesmo que alguns como os galeristas, possam ser entendidos propriamente ao Panorama, na categoria Difusores, seu modo de atuação possui características também de Agente, Viabilizador e até Público⁵¹. Porém, sem relativizar as relações destas categorias, o que se busca aqui, é poder ver o que oferece estes dados, a exploração de características que favoreçam e dinamizem o mercado primário de obras de artes no país.

A captação nacional de investimentos em cultura pela Lei Rouanet (mecanismo mecenato), apresenta nos dados do SalicNet mostrados na pesquisa PSCB, uma distribuição que expõe a incidência dessa captação no país. Mesmo que abrangendo todas as áreas e segmentos culturais de 2007 a 2011 vê-se que, 67,12% dos projetos apresentados são da região Sudeste, sendo 31,84% do estado de São Paulo. E ainda 78,97% dos recursos captados com a lei nesta modalidade no país, são da região Sudeste, 42,75% só do estado de São Paulo. Estado com uma porcentagem de 28,97% de recursos captados em relação aos apresentados,

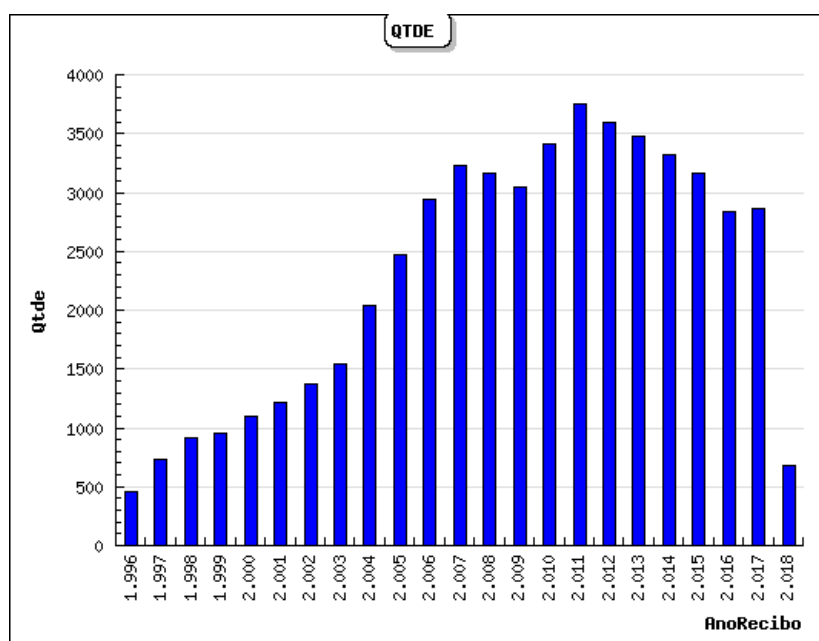
⁵⁰ Pierre Bourdieu, Raymonde Moulin, Anne Cauquelin, Sarah Thornton.

⁵¹ A saber as característica das categorias do PSCB são: “Agentes – responsáveis pela produção da cultura: artistas, produtores e fornecedores de serviços; Viabilizadores – concentram dois atores fundamentais: o governo, responsável pelas políticas e financiamento do setor e a iniciativa privada, com contribuições de financiamento e parceria com o governo; Difusores – contemplam todos os responsáveis pela distribuição e divulgação dos bens e serviços culturais. Veículos de imprensa, teatros, bibliotecas, aparelhos culturais, pontos de venda, críticos etc. estão neste grupo; Público – consumidores e beneficiados pelas atividades culturais” (JORDÃO, 2012, p.35).

porcentagem da relação de recursos captados sobre os apresentados, que se comparado a regiões inteiras, só fica atrás da região sul do país, que tem 28,99% de recursos captados. Mesmo que outros estados como Piauí, isoladamente tenha 48,79% de recursos captados sobre os apresentados, sua apresentação de projetos na relação nacional é bem menor (0,17%). Onde nenhum estado e região, a não ser a sua própria, ultrapassam São Paulo nos mais de dois bilhões de reais captados pela lei entre 2007 e 2011 (JORDÃO, 2012).

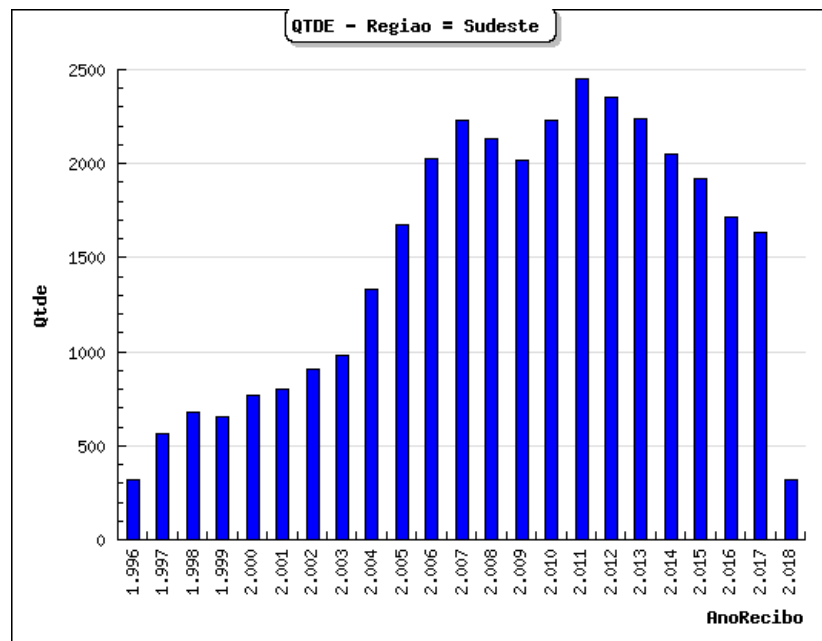
A presente pesquisa atualizando os dados do SalicNet, mostrados no PSCB, até o ano de 2017, dispõe a queda observável no número de projetos que conseguiram captação de recursos, na maior parte do Brasil de forma variada desde 2011, ano da pesquisa PSCB e de altos índices se comparados aos anteriores. Às exceções das regiões Norte e Sul, que conseguiram melhores números de captação em 2017 do que em 2011. São Paulo também apresenta queda no número de captações, vertiginosamente desde 2011 sem recuperações, voltando a índices semelhantes aos de 2009, no entanto em 2017 ainda com maior número de captações do que qualquer outro estado Brasileiro na modalidade mecenato.

Gráfico 4- Número de captação de recursos por ano na modalidade mecenato no Brasil



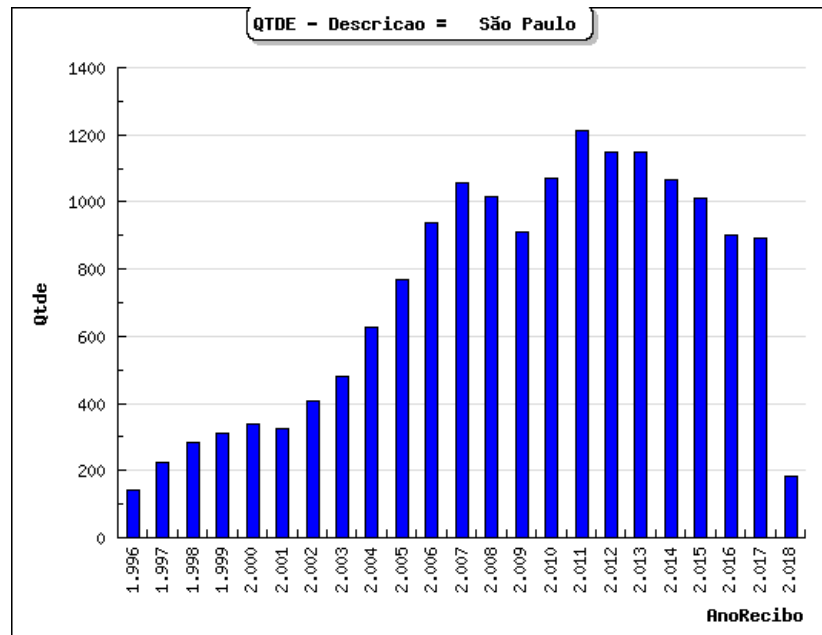
Fonte: SalicNet (Quantitativos -2017).

Gráfico 5- Número de captação de recursos por ano na modalidade MECENATO no Sudeste



Fonte: SalicNet (Quantitativos -2017)

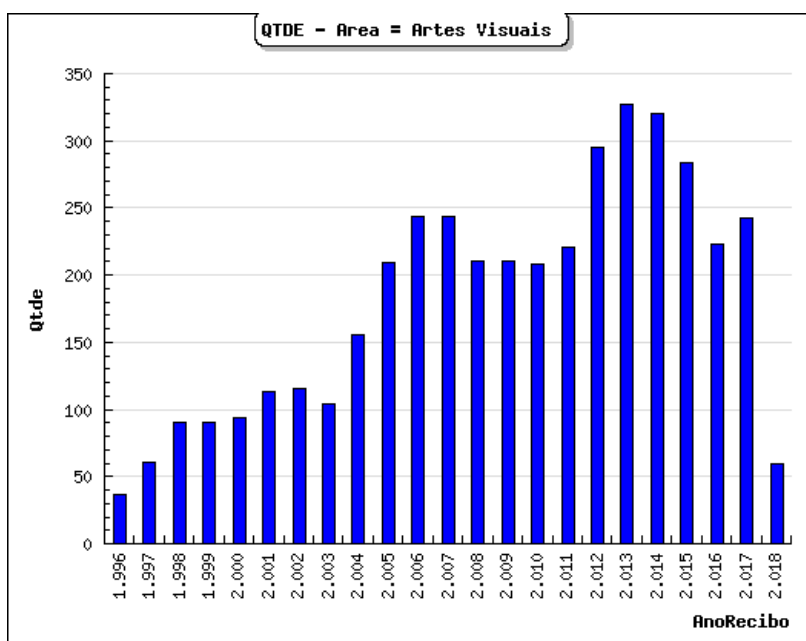
Gráfico 6- Número de captação de recursos por ano na modalidade MECENATO em São Paulo



Fonte: SalicNet (Quantitativos -2017)

Dentro da área Artes Visuais, que inclui diversos segmentos⁵², olhando isoladamente, as captações de recursos subiram de 2011 para 2017, porém caíram de 2013, ano de maior alta da área. Veja ainda que em algumas regiões, certos segmentos da área não apresentam nem propostas e nem captação de recursos, como por exemplo, no Mato Grosso e no Mato Grosso do Sul, onde a área Artes Visuais, apresenta poucos segmentos. São Paulo apesar de queda no número de recursos captados pela lei, observando isoladamente a área das Artes visuais e o número de captações do estado, percebe-se que ainda é o estado que de longe mais recursos captados têm em tal área. Mesmo que os números de recursos captados nesta área, também apresentem queda constante desde 2013 em São Paulo, **de 2012 a 2017** o estado apresentou em média aproximadamente 50,30% dos recursos captados por todo o país na área. Destaque para o segmento Exposição de Artes Visuais que representou até o momento, aproximadamente 95,34% dos recursos captados na área no país no ano **de 2017**, sendo só o estado de São Paulo responsável por aproximadamente 56,36% destes.

Gráfico 7- Recursos captados na área de Artes Visuais no país

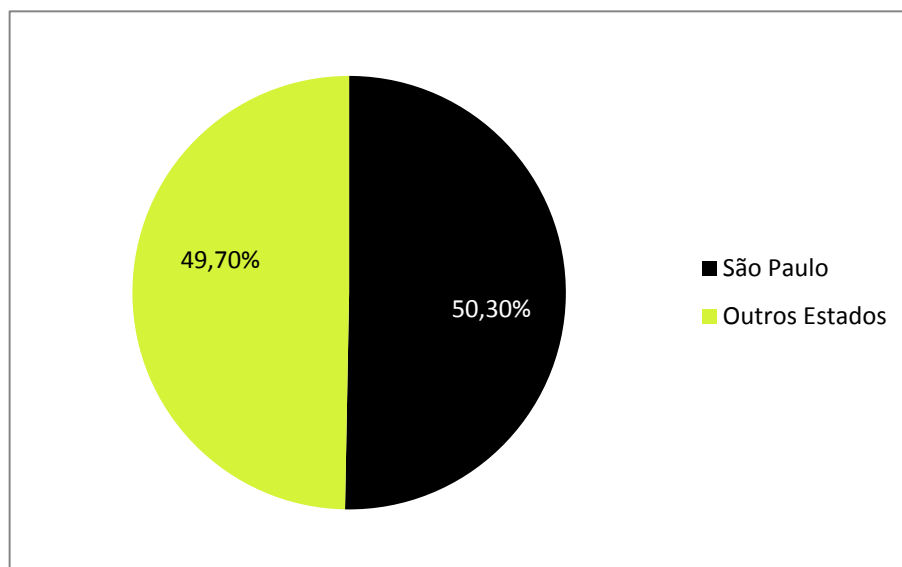


Fonte: SalicNet (Quantitativos -2017)

⁵² Os segmentos que estão incluídos dentro da área Artes Visuais pelo SalicNet são: Artes Integradas, Artes Plásticas, Ações educativo-culturais, Exposição Itinerante, Exposição de Artes Visuais, Filatelia, Fotografia, Gravura, Projeto de fomento à cadeia produtiva da arte visual e Projeto educativo de artes visuais. A observação da área e não de segmentos isolados, busca melhor comparar as regiões entre si na captação de recursos para mesma como um todo, entendendo todos os segmentos da área como fatores que favorecem o mercado primário de artes visuais.

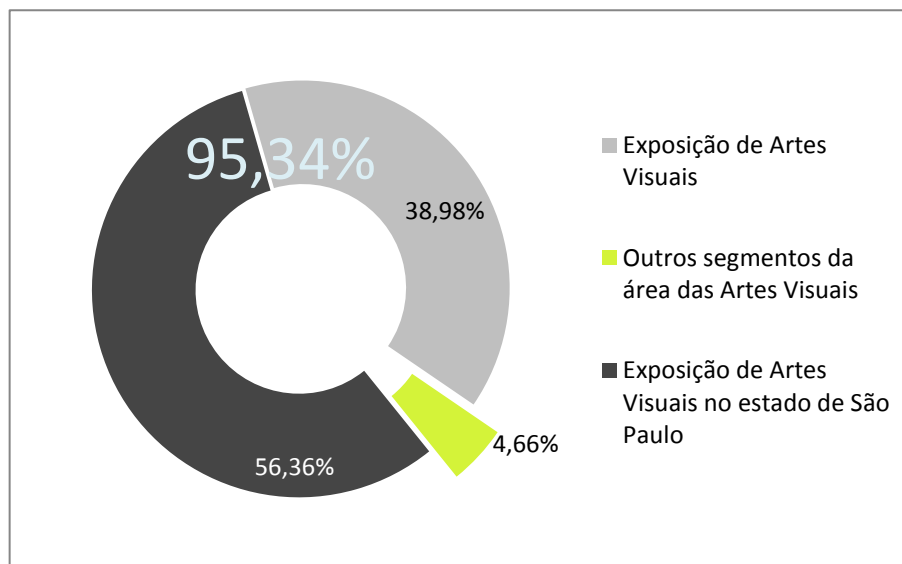
Gráfico 8- Captação de recursos na área de Artes Visuais no país de 2012 a 2017

(Lei Rouanet- Modalidade Mecenato)



Fonte: SalicNet (Quantitativos -2017).

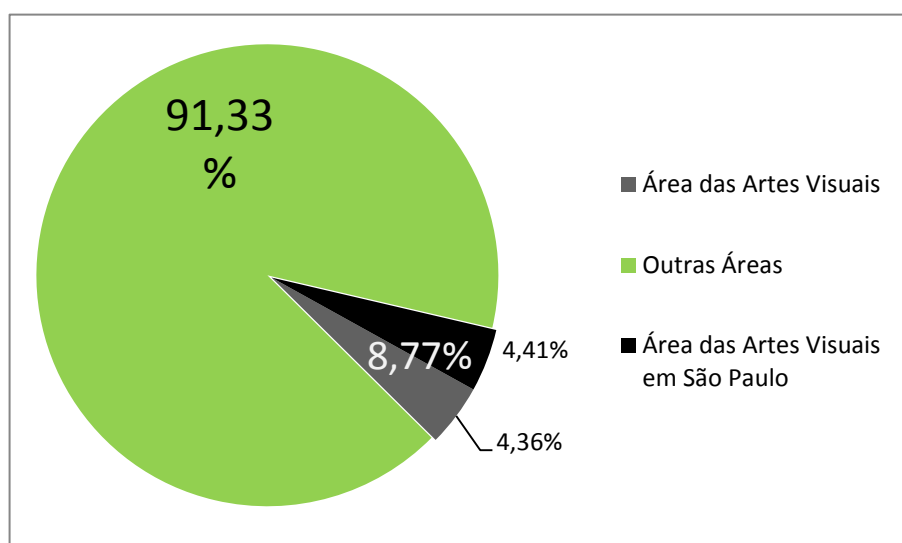
Gráfico 9- Captação de recursos na área de Artes Visuais por segmento no país em 2017

Fonte: SalicNet (2017- Modalidade Mecenato).⁵³

⁵³ Se faz de extrema importância salientar, que os dados extraídos do SalicNet para a construção e apresentação de gráficos da presente pesquisa, entre os anos de 2012 e 2017, são dados ainda quantitativos. Sendo as relações apresentadas, as pertinentes aos dados dos dias 12 à 16 de abril de 2018, que possibilitaram as observações, mas que entretanto ainda continuam a serem computados quantitativamente.

Mesmo que as porcentagens de captação, no geral e na área das Artes Visuais, tendam a exibir aqui as relações do estado de São Paulo com grande parte dos investimentos cooptados nessa modalidade da lei, o número de projetos na área que conseguem cooptar recursos não é de certa forma alto. Foram aproximadamente 130 o número de captações de recursos na área de Artes Visuais no estado de São Paulo **em 2017**, o equivalente a 53,52% do total de recursos captados na área em todo o país nesse mesmo ano (242). De modo a possibilitar uma possível noção da distribuição destes recursos, veja que agora pelos dados **consolidados** do SalicNet **em 2017**, a cooptação de recursos na área de Artes Visuais no estado de São Paulo, foi de 123.435.700 reais, que se distribuídos de maneira igual, dão em média aproximadamente 949.505 reais ou 0,76%, por captação no estado. Ainda como forma de curiosidade, mesmo que não contribuindo de forma pontual a presente pesquisa, é interessante observarmos que os estados do Piauí, Acre, Rondônia, Roraima e Tocantins, por motivos particulares e inúmeras variáveis, aqui nem de longe observáveis, não constam em todo o histórico averiguado da lei Rouanet, disponível no SalicNet até o momento, a consolidação de captação de recursos na área das Artes Visuais. A área das Artes Visuais representaram uma média de 8,77% dos recursos captados pela **lei de 2012 a 2017 no país**, valor compreendido entre **aproximadamente** 1.691 projeto com cooptação na área, contra 19.251 no geral neste mesmo período (SalicNet, 2017).

Gráfico 10- Captação de por área de 2012 a 2017



Fonte: SalicNet (2017- Modalidade Mecenato).

Lançando mão do segundo volume da pesquisa do Panorama Setorial da Cultura Brasileira, que busca abordar quem é o consumidor de cultura no Brasil, também se torna fator de interesse, na observação da formação de mercados primários nas artes visuais. Visto que, este como será mostrado em seu histórico, em capítulo posterior, é constituído por diversos agentes e cadeias de relações que promovem seu desenvolvimento. Assim, continuar a observar dados e análises, produzidos pelo PSCB em seu segundo volume, pode favorecer as presentes tentativas de exploração da orientação territorial do mercado de arte no Brasil, também a partir da observação de seu público.

Para abordar o consumo cultural dos Brasileiros, a pesquisa do PSCB em seu segundo volume, primeiramente dimensiona conceitos relacionados à sociedade, que caracterizam novas formas de viver, pensar e se relacionar, estabelecendo seu entendimento de contemporaneidade. Passando ao estabelecimento do entendimento de cultura, por seu desenvolvimento histórico e formas de abordagem, favorecendo sua abrangência e diluindo classificações entre os conteúdos culturais. Já para caracterizar o consumo a pesquisa foge de sensores que o definem sobre a noção de consumismo, posicionando o consumidor como membro ativo da sociedade em que vive e não alienado, o consumo como apropriação e uso de produtos, serviços e valores. Para visão quantitativa das motivações do consumo cultural, o que poderia ser individualizado, a pesquisa introduz perspectivas sociológicas de estudos culturais e teorias da psicologia, para dar conta do indivíduo e do Marketing, para processos comportamentais de decisão (JORDÃO, 2014).

Estas perspectivas resultaram em um questionário de perguntas fechadas, no segundo volume da pesquisa PSCB. Aplicado em entrevistas em todas as regiões do país, com variáveis que possibilitaram verificar segmentos atitudinais, perfis de consumidores e a perspectiva de cada entrevistado. O universo utilizou métodos quantitativos de pesquisa, considerando brasileiros de 16 a 75 anos, das cinco regiões do Brasil, das classes socioeconômicas A, B, C e D. Considerando em proporção idêntica ao universo, região onde mora, faixa etária, gênero e classe socioeconômica. Sendo 1.620 entrevistas, em 74 municípios com mais de cem mil habitantes. Com 44% entre os 16 e 34 anos, com 53% de público feminino e 47% masculino. Foi visto ainda no universo da pesquisa, uma maior concentração da classe socioeconômica B nas regiões Sul (55%) e Sudeste (43%), acima da média nacional e menor no Nordeste com 13 pontos percentuais abaixo da média nacional (JORDÃO, 2014).

Desse modo, na consideração de estatísticas relevantes, à pesquisa do PSCB, que procurou verificar também noções de cultura para os entrevistados, apresenta os seguintes dados pertinentes a presente pesquisa. Já da amostragem de seu universo, vem constatando no perfil geral do consumidor de atividades culturais, que o consumidor de artes tem alto percentual de jovens, 44% entre 16 e 35 anos, com leve predominância feminina. 50% são casados ou estão se relacionando com alguém. 57% possuem entre ensino médio e superior completo. 66% frequenta alguma prática religiosa. 76% vivem no mesmo estado em que nasceram e na mesma proporção 3/4 no mesmo estado que seus pais e seus companheiros nasceram. A vivência em outros países não é elemento de destaque entre os entrevistados, e na origem dos avós mais predominante só na região Sul (JORDÃO, 2014).

A influência da família nas práticas culturais também foi abordada pelo panorama. As respostas com maior incidência de práticas culturais realizadas pelos pais, foram frequentar religião e ouvir música, as duas com 67% de incidência. De grande incidência também, se têm atividades como ir a parques ou passear ao ar livre com 54% e frequentar festas regionais, típicas ou quermesses com 52%. Segundo a pesquisa exceto pelas regiões Sul e Sudeste, a leitura era um hábito mais frequente do que ir a shows e ao cinema para os seus pais. Entre as características de práticas culturais dos pais que se destacam regionalmente, se encontra o Sudeste, onde 77% dos pais ouvem música e 74% possuem prática religiosa; a presença em festas regionais, típicas ou quermesses, também são frequentes entre pais do Sudeste com 63% e no Centro Oeste com 59%; e ainda também, leitura de jornal no Sudeste com 49% e no Sul com 50% e a frequência no cinema, 37% no Sudeste e 42% no Sul⁵⁴. Quanto a museus e exposições, a pesquisa apresenta uma resposta de somente 16% dos pais de toda a amostra, com maior relevância no Sudeste, com 20% dos pais da região (JORDÃO, 2014).

Quanto às práticas culturais que os pais levam ou levaram os entrevistados, se destaca a prática de alguma religião com 66%, passeio ao parque e ao ar livre 58%, festas regionais, típicas ou quermesse 54% e ouvir música com também 54%. Os pais nas regiões Centro Oeste (64%) e Sudeste (60%) levavam mais os entrevistados a festas regionais, típicas ou quermesses do que outras regiões, assim como os pais do Sul (36%) e Sudeste (34%) os levaram mais ao cinema. Já ir a exposições e museus apresentou 15% de pais condutores a tal

⁵⁴ A pesquisa do Panorama Setorial da Cultura Brasileira de 2013 a 2014 toma a este perfil, de práticas culturais realizadas e conduzidas pelos pais, o destaque da prática de ir ao circo no Sul e Sudeste que também está acima da média nacional. Porém a prática na presente pesquisa, não foi tomada como relevante concorrente ou correlacionada as cadeias que corroboram a dinâmicas do mercado primário de artes visuais.

prática, estando na frente somente de, ir ao teatro (13%) e viajar para fora do Brasil (6%). Ir a exposições, conduzidos pelos pais tem maior incidência na região Sudeste com 18% das respostas (JORDÃO, 2014).

Práticas de atividades que podem ser realizadas em casa, tem uma grande relevância nos consumidores brasileiros, atividades estas que estão entre as preferidas e mais realizadas. Declaram que ao menos às vezes possuem o hábito de ouvir música, ouvir rádio, assistir à TV e ver filmes em casa. Metade da amostra realiza atividades como ir a parques, frequentar uma religião, ir a restaurantes, ao cinema, a festas regionais e a shows de música popular. Por região brasileira, a escala de hábitos de práticas culturais segundo a amostra da pesquisa PSCB, se dá com o Sudeste como o maior realizador de práticas culturais, seguido por Nordeste e Centro Oeste, e Sul e Norte com menores porcentagens de praticantes. Dentre as atividades fora de casa, a que os brasileiros mais gostam, é ir ao cinema (35%), seguido por ir a shows de música popular (19%), e ir a restaurantes e frequentar/praticar alguma religião, (ambas com 15%). A pesquisa também consta que ir a museus, galerias, exposições, feiras, livrarias, e eventos culturais, gera pouco interesse, assim como pular carnaval (JORDÃO, 2014).

Das atividades culturais praticadas pelos brasileiros na consulta da pesquisa PSCB, o índice de porcentagem das respostas nas categorias, “Tem o hábito de frequentar/ praticar”, “Mais gosta de frequentar/ praticar” e “O que mais frequenta/ pratica”, apresentam as seguintes respostas na área de Artes Visuais. Nelas se sobressaem às concorrências entre as práticas, que pelo gosto e frequência, demonstram as tendências de consumo cultural dos brasileiros. A de se comparar que a primeira posição em todas estas categorias é ouvir música, seguindo **pelo hábito** de ouvir rádio, **o gosto** por ir ao cinema e **a frequência** de assistir TV, como as respectivas práticas da segunda posição (JORDÃO, 2014).

Tabela 1- Tem o hábito de frequentar/praticar segundo o PSCB

%	Norte	Centro Oeste	Sul	Nordeste	Sudeste	Total	Posição
Visitar museus e galerias	13	22	21	23	27	23	27 ^a
Ir a Centros Culturais/ Artísticos	12	23	15	23	24	21	29 ^a
Participar de atividades em museus e galerias	10	15	10	16	20	15	34 ^a
Ir à exposição de pintura e desenho	7	21	8	17	16	15	36 ^a
Ir à exposição de artes plásticas/de esculturas/eventos de artes plásticas	9	18	11	14	13	14	38 ^a

Fonte: Tabela do autor a partir de dados da pesquisa do PSCB 2013- 2014

Tabela 2 - Mais gostam de frequentar/ praticar segundo o PSCB

%	Norte	Centro Oeste	Sul	Nordeste	Sudeste	Total	Posição
Visitar museus e galerias	6	3	6	7	5	5	26 ^a
Ir a Centros Culturais/ Artísticos	2	6	2	3	4	3	30 ^a
Participar de atividades em museus e galerias	2	3	2	2	2	2	36 ^a
Ir à exposição de pintura e desenho	-	2	1	2	2	2	40 ^a
Ir à exposição de artes plásticas/de esculturas/eventos de artes plásticas	-	3	1	2	2	2	39 ^a

Fonte: Tabela do autor a partir de dados da pesquisa do PSCB 2013- 2014

Tabela 3 - O que mais frequenta/ prática segundo o PSCB

%	Norte	Centro Oeste	Sul	Nordeste	Sudeste	Total	Posição
Visitar museus e galerias	1	3	3	2	1	2	28 ^a
Ir a Centros Culturais/ Artísticos	-	1	1	2	-	1	34 ^a
Participar de atividades em museus e galerias	-	-	-	1	1	-	40 ^a
Ir à exposição de pintura e desenho	1	2	-	-	1	1	36 ^a
Ir à exposição de artes plásticas/de esculturas/eventos de artes plásticas	-	2	-	1	1	1	38 ^a

Fonte: Tabela do autor a partir de dados da pesquisa do PSCB 2013- 2014

Entre os respondentes do PSCB (JORDÃO, 2014), às respostas sobre se praticam alguma atividade artística, só 4% dos entrevistados disseram sim, e entre as atividades a dança, é a mais recorrente, seguida do teatro e depois pintura e desenho. Esta mesma ordem de atividades, também figura aqueles que já praticaram, mas atualmente não praticam mais, 8%. Somente 2% faz algum tipo de aula, sendo elas, de dança, teatro ou canto/coral. Já o contato com algum instrumento musical apresentou relevante porcentagem de 14%. Esses entrevistados que mostraram ter um tempo livre dedicado a práticas culturais de em média, 4 horas diárias na semana e 8 nos fins, realizaram as seguintes práticas fora de casa no último ano⁵⁵. A prática religiosa foi a mais citada com 42%, seguida do cinema 38% (JORDÃO, 2014). Se compararmos aos índices de porcentagem, das práticas ligadas à área das Artes Visuais, podemos ver os baixos índices que as mesmas apresentam, entre as atividades realizadas fora de casa no último ano. Atenta-se também que a pesquisa do PSCB ressalta que menos da metade da amostra realizou alguma prática fora de casa nesse período.

⁵⁵ No último ano, compreende-se na pesquisa do PSCB 2013-2014, as datas entre novembro de 2012 e novembro de 2013, ou seja até um ano atrás do momento em que os entrevistados responderam as perguntas.

Tabela 4 - Atividades que realizou fora de casa no último ano segundo o PSCB

%	Norte	Centro Oeste	Sul	Nordeste	Sudeste	Total	Posição
Frequentar alguma religião	35	52	24	48	43	42	1 ^a
Cinema	31	37	46	26	46	38	2 ^a
Restaurantes como atividade de lazer	21	18	32	40	40	34	3 ^a
Museus e galerias	1	3	3	5	5	4	20 ^a
Centro de Atividades Culturais/ Artísticas	2	2	2	3	4	3	23 ^a
Exposição de artes plásticas/exposição de escultura/evento de artes plásticas	0	2	0	4	2	2	25 ^a
Atividades em museus e galerias	2	2	2	2	2	2	27 ^a
Exposição de pintura e desenho	0	2	1	1	3	2	32 ^a

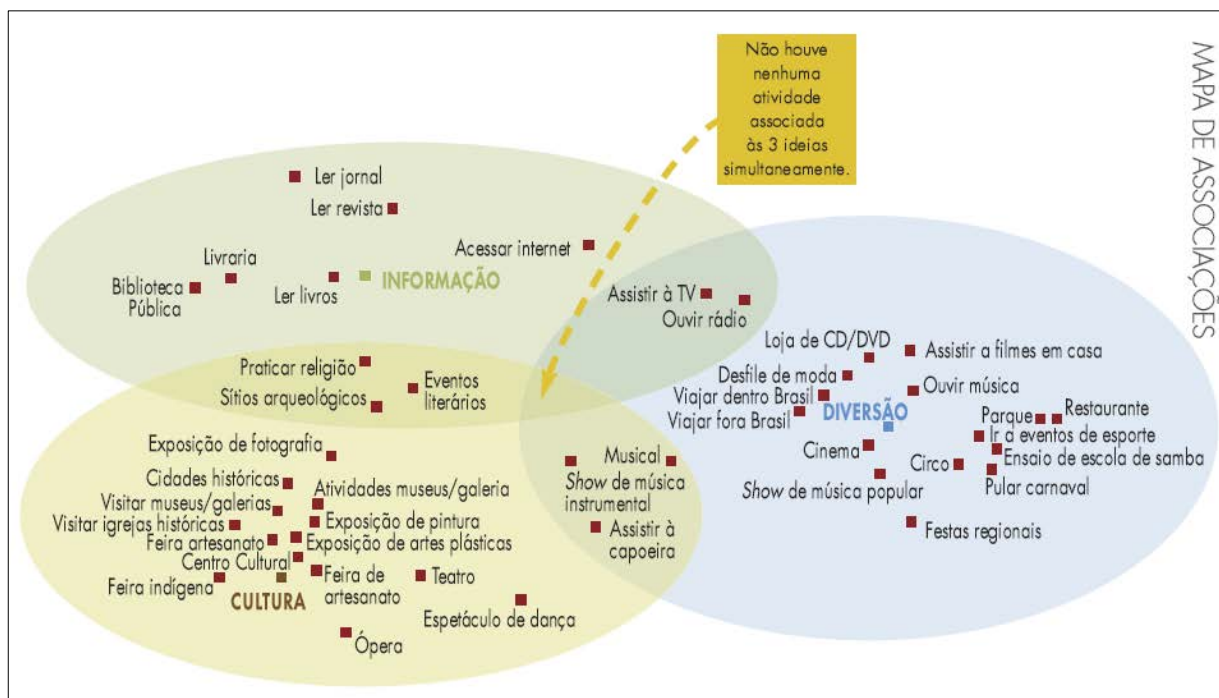
Fonte: Tabela do autor a partir de dados da pesquisa do PSCB 2013- 2014

Das práticas culturais realizadas pelos brasileiros, 76,5% escolhem a atividade em conjunto de outras pessoas. 31% destas escolhas são feitas com o companheiro/namorado. 81% dos entrevistados, vão às práticas acompanhado. Quando estão sozinhos, as atividades que mais fazem é ir a lojas de CD/DVD e às bibliotecas públicas (porém estas práticas foram realizadas no último ano por somente 19% e 5% dos entrevistados) (JORDÃO, 2014).

Por livres associações foi solicitado aos entrevistados do PSCB (JORDÃO, 2014), que associassem prática de atividades, a ideias que possuíssem de diversão, informação e cultura. Tendo que todas as práticas listadas e analisadas pelo panorama foram consideradas culturais, ele entendeu que os benefícios esperados pelos consumidores, podem ter dimensões emocionais, como diversão, ou racionais, como informação. Compreendendo que, diversão e informação são padrões de escolha que determinam a prática cultural, assim como determinado comportamento de consumo. Olhar quais as ideias que os brasileiros da amostra, do panorama, têm sobre cultura, garante observações a presente pesquisa sobre relações de

competição e dinâmica no consumo, entre as práticas culturais. O que dinamiza e auxilia o entendimento formal do comportamento dos indivíduos, em relação à área das Artes Visuais e a possíveis orientações da formação de seus mercados.

Figura 4- Imagem de esquema da pesquisa do PSCB



Fonte: Esquema retirado e adaptado da pesquisa do PSCB 2013- 2014

Apesar de atividades culturais relacionadas à área das Artes Visuais se encontrarem associadas à cultura e não a diversão ou informação, vemos que, dentre os aspectos mais importantes para o consumidor, nas variáveis individuais de interesse pessoal, os relacionados à emoção são os mais predominantes. Os benefícios mais esperados de um consumidor cultural, segundo a pesquisa PSCB, na ordem de importância dos entrevistados, têm como os primeiros lugares, ser divertido (21% citado em primeiro lugar), provocar fortes emoções (21% citado em primeiro lugar), ser uma atividade que costumo ir e estou familiarizado (12% citado em primeiro lugar). Somando os primeiros aos segundos lugares de importância o resultado da ordem é o mesmo. Já quando se observarmos os aspectos de importância relacionados à oferta do serviço/ atividade⁵⁶ cultural, estes têm sua importância um tanto

⁵⁶ Aspectos de importância relacionados à oferta do serviço/ atividade segundo o PSCB 2013-2014 são: “ter um preço bom; o tipo da atividade em si; ter boa localização, fácil de chegar; ser possível realizar, fazer em casa; ter estacionamento; ter anúncios em sites, TV, rádio, revistas para que eu possa me informar; ter indicação de especialistas; ter indicação de pessoas.” (JORDÃO, 2014, p. 72).

relegada. Tendo relevância somente o preço, seguido de localização e acesso, e por terceiro ter indicação de pessoas conhecidas (JORDÃO, 2014).

A análise econômica do campo de produção artístico

Para podermos ter uma ideia parcial da complexidade e da multidisciplinaridade de campos de estudos, assim como de informações privadas de certo custo, que por vezes são mobilizadas para o entendimento dos meios de produção artístico, utiliza-se aqui uma publicação de responsabilidade da Secretaria de Economia da Cultura. É no “Atlas Econômico da Cultura Brasileira”, com base no artigo de Elisabeth Loiola (2017), que aborda questões referentes a aglomerações produtivas, que se pode apreender em algum grau, certo conjunto de características administrativas, relacionadas à proximidade entre empreendimentos. Com ênfase na proposta de formas de análise da área de produção cultural, como demonstra o título de seu artigo; a “Proposição de Método de Mapeamento de Cadeias Produtivas de Setores das Artes”, promove a presente pesquisa o conhecimento de particularidades administrativas que, podem em condições diversas, ser o eixo que sustenta relações de funcionamento de empreendimento diversos, em correspondências com outros.

Muitas vezes o trabalho sobre o tema, aglomerados produtivos e desenvolvimento econômico, segundo Elisabeth Loiola (2017), guarda resultados e opiniões incompatíveis. Seja pela forma de se abordar certos conceitos, pela natureza dos dados, a constância de estudos de caso, a impossibilidade de comparação de resultados, a forma de se lidar com as matrizes teóricas ou mesmo pela predominância de critérios quantitativos, para se medir competitividade e desenvolvimento. Características que na análise de um meio de produção cultural, como o das artes visuais, pode ser problemático devido aos seus critérios e particularidades. No entanto, junto aos campos de estudo que se unem sobre o tema, na utilização de tipologias distintas, observa-se o favorável uso de abordagens socioeconômicas (LOIOLA, 2017).

O uso das abordagens socioeconômicas, se concentram nos conceitos de *cadeia de produção*⁵⁷ e de *economia em rede*, dando grande atenção, a estudo de fluxos de produção tangíveis e intangíveis, e as interações entre os atores ligados no processo de produção de bens e serviços (LOIOLA, 2017). O que pelas formas de relações entre atores e as maneiras pelas quais se desencadeiam realizações, no meio de produção das artes visuais, muito pode integrar a compreensão e intenção das análises. Estes estudos, segundo o artigo, estão ligados aos relacionados movimentos de *desintegração vertical*, que é a externalização de etapas do processo de produção, e ao processo competitivo de integração e coordenação entre atividades econômicas, juntos, somados aos avanços de acesso a tecnologias digitais (LOIOLA, 2017).

Como se verá neste trabalho, as investidas dos campos de estudo, socioeconômico e o econômico, muito estabelecem uma transposição da compreensão, das aparências do modo de produção do meio das artes visuais para o meio econômico. Como exemplo, vejamos o uso complementar, de dois métodos. O chamado ARS, Análise de Redes Sociais, que tem como uma das unidades de análise a relação entre atores, onde se destaca uma indissociabilidade de ações econômicas e a busca de aprovação, status e socialização; assim como de poder, para sustentar suas postulações basilares, de onde vêm suas ações econômicas, desdobradas de redes dinâmicas de relações pessoais- considerando que instituições são construções sociais (LOIOLA; BASTOS; REGIS, 2015, apud LOIOLA, 2017, p 55). E o conceito de *cadeia de produção*, onde se encontra a consideração de postulados de informações limitadas, custos de transação e barreiras à entrada; ambos direcionados a estudos de aglomerados produtivos, das estruturas de mercado e das estratégias empresariais de suas empresas (TAN, 2001; FRANCO, 2012, apud LOIOLA, 2017, p. 55).

O uso de tais métodos e conceitos, para observar movimentos no meio de produção das artes, como por exemplo, a contínua circulação de obras e agentes em prol de seu funcionamento, pode verificar seus possíveis aspectos positivos, relacionados a cadeias e redes, em um desenvolvimento local, o que gera subsídio a métodos de mapeamento e o interesse da presente pesquisa. No entanto não considerando o aprofundamento de análise, sobre conceitos e métodos do campo administrativo, econômico, e sobretudo da economia da

⁵⁷ “As cadeias de produção, são um tipo particular de aglomeração produtiva, compreendem um conjunto de etapas consecutivas pelas quais passam, a transformação de diversos insumos em produtos, abarcando ainda os elos de distribuição, de comercialização e de consumo” (LOIOLA, 2017. p. 60).

cultura⁵⁸, o presente trabalho apresenta o conjunto de observado, de propriedades típicas de *aglomerações produtivas*, na promoção de vantagens competitivas, direcionadas a empreendimentos do meio artístico.

Constata-se a importância da proximidade territorial na construção de vantagens competitivas e de inovação (KETELS, 2013; LOIOLA, 2016, apud Loiola 2017, p. 57). Sendo estas economias territoriais, dependentes de proximidades relacionais, tecnológicas e de insumos-produto. O que promove a oferta de ativos relacionais ou dependências não comerciais, assim como a aproximação entre atores, coletivos ou não (VARGAS, 2002 apud LOIOLA, 2017, p. 57). Como veremos algo que compartilha intrínseca relação, com os meios e os modos de produção das artes visuais. Isto é, o que segundo o mesmo artigo, proporciona um aprendizado interativo e uma educação tácita, tendo que este território é lugar de princípios, crenças, valores, identidades, saberes, confiança, cooperação, e outros ativos intangíveis, organizados em prol de objetivos comuns. O que também diminui custos de transação entre firmas (ALBAGLI, 2004, apud LOIOLA, 2017, p.57). Onde para além desta proximidade territorial, a aproximação cognitiva, social, organizacional, e cultural, são apontadas, como os melhores contextos para troca de conhecimento tácito, o estabelecimento de confiança e a construção de capital social (VARGAS, 2002, et al apud LOIOLA, 2017, p. 58).

São aspectos e abordagens ligados ao meio de produção cultural, e entre eles, aos das artes visuais; pela estruturação dos mesmos, a um ciclo de produção flexível, que muda dependendo do seu estágio local de desenvolvimento (SANTAGATA, 2010, apud LOIOLA, p. 60). Cadeia está de produção, nas artes, “formadas pelos elos de criação, produção, disseminação, exibição/recepção/ transmissão e consumo/participação”. Onde se considera geralmente o elo de exibição/transmissão/recepção, como o de difícil acesso e mais concentrado, com recorrente presença de grandes conglomerados que ditam as regras do jogo (LOIOLA, 2017).

Conceitos de proximidade entre atores e agentes individuais ou coletivos, são frequentemente revistos, já que os mesmos podem se dar de maneiras diferentes. Como citado, de maneira social (lógica do pertencimento), cognitiva (lógica do conhecimento) e

⁵⁸ “define-se economia da cultura como campo constituído por complexas redes sociais, tanto na esfera de produção quanto na de consumo, as quais emergem de dinâmicas não-mercantis, mas que, frequentemente, se desenvolvem em regiões de fronteira entre mercados estabelecidos e redes sociais, envolvendo representação e coordenação de novas ideias” (POTTS et al, 2008; POLANYI, 2000, apud LOIOLA, 2017, p. 56).

institucional (lógica da similaridade). De modo que Elisabeth Loiola (2017) em seu artigo, traz a conclusão de Huber (2011, apud LOIOLA, 2017, p. 62), de que apesar dos contatos locais, as proximidades cognitivas, entre eles, não são maiores que as não locais; sugerindo a possibilidade de manutenção de proximidades cognitivas, mesmo com distâncias espaciais, fortalecendo a possibilidade de outros tipos de organização, proximidade, e assim de diferentes elos de ligação entre agentes e atores nessa cadeia de produção.

Entretanto apesar das metodologias propostas de mapeamento do setor das artes, encontradas na possibilidade de abrangência dos diferentes processos de cadeias produtivas, deste meio de produção, o presente trabalho concentra-se somente em apresentar a existência de alguns destes caracteres. As possíveis vantagens administrativas, da aproximação territorial dos empreendimentos. Já que, o objetivo do trabalho presente, não está na análise das formas de funcionamento, de diferentes empresas, do habitualmente chamado eixo Rio-São Paulo, em comparação com outras regiões do país; mas tão somente a exploração deste meio de produção, a procura de pistas que melhor levem ao entendimento das razões da incidência concentrada de atividades do tipo, especialmente na cidade de São Paulo.

Considerações

O conjunto de dados secundários, apresentados na presente etapa da pesquisa, ponderou-se na possibilidade de verificação de indícios mais concretos, além dos visualizados empiricamente em estudos campo, sobre características do meio artístico em território nacional. Tendo que os mesmos se constituíram de inserções a campo especificamente no estado de São Paulo, foi somente com dados governamentais e de outras pesquisas, que se tornou possível um olhar pretensamente, um pouco mais ampliado. Um conjunto de correspondências à realidade do cenário nacional, que fortaleceram, reavaliaram ou mesmo abriram questões, que antes, só faziam parte de certa percepção empírica, e em parte coletiva, de algumas experiências.

Em primeiro lugar se destaca a formalização da noção de que, as Artes Visuais e práticas relacionadas a ela, como visitar museus, galerias ou exposições, para o consumidor Brasileiro, muito se ligam a ideia de cultura, mas não de diversão ou informação. Um aspecto comum visto em frases afirmativas da vivência cotidiana, em cidades do interior, de sua

população de extração socioeconômica baixa e média: “O povo não tem cultura; o povo não tem acesso à cultura; o povo não tem interesse em cultura”. No entanto claramente guardando aí, pequenas e grandes relações mais complexas de tais noções, que, não só advém das origens econômicas, mas também são extraídas de condições interligas como, questões de gênero, de raça, histórico social e posição geográfica, por exemplo.

Consta se ainda, o não elevado interesse em atividades relacionadas à área das Artes Visuais, a partir dos índices de gosto, hábito e frequência, assim como pela baixa condução feita pelos pais. Não relacionadas à informação, nem a diversão, as atividades culturais da área das Artes, competem com várias outras atividades, e perdem em relação ao interesse, consequentemente também em relação a recursos e desenvolvimento. No entanto como se abordará nos capítulos 3 e 4 do presente trabalho, que discorre a respeito do caráter de construção e funcionamento do mercado de arte, a partir de Pierre Bourdieu (1996), esta perda é algo que não se mostra de tão fácil delimitação.

Podemos presumir deste modo, tanto pelas práticas realizadas, quanto pelas conduzidas pelos pais, que a pequena relação com atividades da área das artes visuais, não é um fato recente. Remontando aqui, no mínimo a uma geração, esse déficit acaba por inferir, em hipótese, na idade do campo artístico nacional (DURAND, 1989; BOURDIEU, 1996), como se verá nos próximos capítulos, medida de referência na valorização e construção duradoura da importância destas atividades. Algo que sem dúvida pode ser problemático a este mercado no país.

O interesse da população, em frequentar práticas religiosas, também é relevante. Praticado por grande parcela de Brasileiros, inclusive por aqueles consumidores de práticas da área das artes visuais, sua atividade é também o que leva muitos a sair de casa. Isto, pois brasileiros apresentaram um grande gosto por práticas possíveis de realizar dentro de casa, sendo a leitura em certas regiões, superior a ir a shows de música e ao cinema. Esses consumidores culturais em geral são jovens, com maior predominância do gênero feminino, estão se relacionando, procuram realizar esse consumo de modo acompanhado e tendo no fator de escolaridade um diferencial peculiar. Características as quais aos poucos dão a demonstração da condição social do consumo cultural no Brasil.

Ressalta-se também que assim como o peculiar modo de inserção profissional do artista, como se verá, os aspectos da profissionalização dos produtores culturais, vêm de ocasiões não

planejadas. Em grande parte acham-se debilitados pela pouca especialização, e pelas formas diletantes de atuação. Com alguma suspeita são o fruto de um longo processo seletivo, ocasionado em meio social, que ditam a sua forma de extração, de onde vem, e as condições de sua profissionalização. Já que em sua maioria, eles dependem de remuneração alternativa e ambiente que assim possa concretizar sua renda, o mesmo valendo para sua prática, que é paradoxalmente de onde vem à experiência para própria prática. A convivência com artistas é tida como modo de atualização profissional, a escolaridade elemento de diferenciação, e o deslocamento com viagens uma constante.

Sobre as questões que recorrem a respeito da distribuição geográfica, são verificáveis as disparidades entre regiões Brasileiras, quanto à realização, investimento e consumo de atividades culturais. Como a presente pesquisa procura observar essas incidências, nas variadas formas de impressões tácitas, a respeito das cidades de São Paulo e Rio de Janeiro, se sobressaltam aos olhos que. O sudeste se destaca como o maior praticante de atividades culturais, a região onde os pais mais conduzem os filhos a práticas culturais, incluindo as da área das artes visuais, região onde mais se formam pessoas no ensino superior, fator diferencial neste consumo. São Paulo, como o estado que mais apresentou projetos e capta recursos pela lei Rouanet, tanto em valor quanto em quantidade, assim como onde mais se capta recursos pela lei, na área Artes Visuais e em seu seguimento exposições, o estado que mais tem instituições de ensino superior.

Características que dão elementos concretos a pouca movimentação observada do cenário artístico, sobretudo de seu mercado, em regiões fora das cidades do Rio de Janeiro e São Paulo. Assim como igualmente, salientam certos gostos e práticas realizadas por brasileiros, frequentemente atribuídos no senso comum, como o hábito por ouvir música. No entanto, marcando um caráter tanto da população quanto de seu consumidor cultural, que pode surpreender, é o fato do pouco interesse em pular carnaval, da estima por permanecer em casa, e do deslocamento para realizar atividades religiosas. São aspectos que apesar de tentar figurar uma imagem geral do país, muito aparentam, a condutas da população de pequenas cidades do interior, distante de grandes metrópoles. Mesmo as pesquisas PSCB sendo naquelas cidades acima de cem mil habitantes.

Iniciativa que também procurou abranger o território nacional, o Mapa da Cultura do governo federal, que substituiria o cadastro no SNIIC- sistema nacional de informação e indicadores culturais, também foi observado, sem muitas respostas. Contando com uma

dinâmica digital de cadastros e resultados, possibilitados pela interação em rede entre o governo e seus cidadãos, não favoreceu a investigação. Em busca no Mapa da Cultura, filtrada por espaços cadastrados na categoria Galerias de Arte, entre os 16.403 espaços, apenas 43 foram resultantes. Entre estes, nenhuma galeria comercial filiada a ABCT ou mesmo participantes das feiras SP-Arte e Feira Parte. Constituíam-se de agregados de arte e outra atividade, assim como de lugares públicos. Este que procurou ser um “banco de dados de bens, serviços, infraestrutura, investimentos, produção, acesso, consumo, agentes, programas, instituições e gestão cultural” (MAPA DA CULTURA), se apresentou como uma plataforma de poucos resultados viáveis.

Além de tais fatores que relacionam os, não extremamente numerosos projetos culturais das artes visuais e seus segmentos ao estado de São Paulo, guardam-se ainda relações sociais e sobretudo históricas, que revelam pormenores chaves das formas de composição do campo artístico e seu consumo em território nacional. São eles que melhor podem salientar a orientação que tomou, tal meio de produção em território nacional, dando parte de pistas que descrevem a condição e o estado atual em que se encontra.

Capítulo 3

A ocorrência: O mercado de arte e seu histórico

É preciso dizer que a presente pesquisa possui caráter exploratório, visto a abrangência e as correlatas necessidades de investigação de seu tema. Disto é testemunha, a iniciativa da Agenda Nacional da Conta Satélite da Cultura⁵⁹ (VALIATI, 2017), e as dificuldades apresentadas, na multidisciplinaridade de conhecimentos e profissionais empenhados no seu desenvolvimento, rumo ao entendimento do setor. Deste modo o foco no qual se orienta este trabalho, as artes visuais e seu mercado primário em território nacional, é o que se pretende aqui observar em um primeiro momento. Na busca do entendimento de sua distribuição no Brasil. E para tanto, se faz necessário que também tomemos parte, de seu histórico nacional e internacional, por meio de momentos chaves, que abordem o entendimento de seu funcionamento e estado atual.

A relação do histórico do campo artístico e seu mercado, tanto nacional quanto internacional, foram divididos e necessários, pelas relações de influência que são acarretadas, por um mercado de funcionamento global. Este, o mercado de arte é caracterizado aqui, como ambiente comercial de bens simbólicos, ao mesmo tempo mercadorias e significações, de trocas materiais e imateriais, físicas e sociais, e não só monetárias, que caracterizam objetos, agregados em lógica própria, enquanto obras de arte (BOURDIEU, 1996). Um desenvolvimento que poderemos compreender no transcorrer destes capítulos três e principalmente quatro.

É certo que grande parte dos trabalhos consultados como subsídio teórico a investigação, tendo como ponto de partida as artes visuais e sua sociologia, detêm seus esforços principalmente dispostos, na reflexão sobre a formação e consolidação das avaliações artísticas. Procurando entender como se constituem e são produzidos os valores, tanto econômicos quanto estéticos, das obras de arte. Nesse sentido são apresentadas aqui, algumas contribuições, que possam de alguma maneira demonstrar as relações estabelecidas, entre

⁵⁹ Trata-se de iniciativa realizada em países da América Latina na intenção de, mensurar o impacto da cultura em suas economias, assim como respaldar tomadas de decisão, definir e avaliar políticas culturais, gerar sistemas de informação confiáveis, identificar atividades do setor no Sistema de Contas Nacionais (SCN), permitir comparações nacionais e internacionais, entre outros (VALIATI et al, 2017).

tantos agentes e atores do *mundo das artes*, e outras instâncias que o formam. Tendo sempre como condução a formação histórica desta atividade comercial.

Tal parcela da pesquisa também buscou as possibilidades de subsídios para contextualização, das características vistas em estudos de campo e nas pesquisas estáticas, aos movimentos de formação dessa atividade comercial. O grande questionamento da formação de preços no mundo artístico, aqui, não é de grande interesse, mas sim suas relações com o meio territorial, que, no entanto, também podem estar relacionados com os modos de funcionamento da atividade.

O Capítulo é dividido em características do campo internacional, com os “Aspectos de desenvolvimento do estado atual”, demonstrando os importantes processos que levaram as condições recentes do mercado de arte; e características do campo nacional, com “O mercado de arte no Brasil” demonstrando os passos percorridos, até uma conciliação e inserção internacional. Estes ainda estão subdivididos por períodos, que relacionam acontecimentos específicos, de passos do mercado e campo artístico, nacional e internacional. Movimentação peculiar desse meio de produção, em uma redução que tenta ser esclarecedora, e que em sua parcialidade nos propõe à admiração, do que dá a ver e também do que não se dá; o que instiga e recobre porção dos esforços presentes neste trabalho de pesquisa.

Aspectos de desenvolvimento do estado atual

Dentre os vários profissionais e áreas diferentes do conhecimento, que acabaram por abordar o cenário das artes visuais na tentativa de analisá-lo, temos que, a partir da publicação de “*Le marché de la peinture en france*” em 1967 de Raymonde Moulin, o mercado de arte se transformou em objeto de interesse da investigação de sociólogos na França (QUEMIN, 2014). Esse mercado verificou um crescimento considerável até os anos de 1980, com interessante relação entre campo artístico e econômico. Atravessando em meados de 1990, crises severas em retomadas, de altos e baixos, novamente ameaçado pelo atentado de 11 de setembro de 2001, e pela crise economia de setembro de 2008, com a desaceleração das economias (QUEMIN, 2014). No entanto para entendermos alguns dos aspectos e passagens, que nos levaram ao atual estado do mercado de arte, configuração de nível internacional que

culminou nos anos de 1980, retornaremos aqui a alguns acontecimentos mais canônicos, partindo do período de meados de 1860 na França.

França 1860: As condições de formação de um mercado de arte

Retomemos a este período e posição geográfica, devido a certo número de mudanças ocasionadas no meio artístico e social, que possibilitaram novas configurações e pontos de vista, a este e aquele. Influência e ponto de partida, para os aspectos que conhecemos hoje nesse meio de produção. É um período de caráter bastante agitado, este que se apresenta na segunda metade do século XIX francês. Não mais como o século XVIII, ou como o período da restauração, de sociedades eruditas e clubes aristocráticos; é o momento onde o poder do dinheiro começa a operar mudanças na sociedade (BOURDIEU, 1996).

Esta é a época de uma Paris modificada por Haussmann, de grandes mansões⁶⁰. Tempo de festas na capital francesa e em Compiègne, estas realizadas por Napoleão III, o que diante de gratificações luxuosas, lhe garantia fidelidade de burocratas. São transformações que geram cada vez mais lucro, com o apoio do estado, e sua ligação cada vez mais estreita com o mundo dos negócios. O que claramente repercute em aspectos culturais (BOURDIEU, 1996).

Momento do desenvolvimento de uma sociedade na era industrial, em que se começara a desenvolver uma relação outra com o consumo de bens. O aumento do poder da média e pequena burguesia; as oportunidades de escolarização apresentadas como caráter diferencial; o avanço do poder da imprensa e sua estruturação em moldes industriais capitalistas; o início de uma relação diferente entre produtos industriais e artísticos/ estéticos/ comerciais; assim como da distinção e da demonstração do poder por parcela de grupos, ascendentes sociais (CAUQUELIN, 2005; BOURDIEU, 1996).

⁶⁰ Parte das intervenções urbanas de pretensões científicas, que iniciam no final do século XIX na Europa, influenciando outras partes do mundo. O barão Georges-Eugène Haussmann, foi o administrador do Sena entre 1853 e 1869, no governo de Napoleão III, com radicais obras de transformação urbana em Paris. Projetou e implantou o que é considerado o primeiro plano regulador para uma metrópole moderna, contando com o registro fotográfico de Charles Marville. Estas reformas e seus princípios, também ocorreram em Belo Horizonte com Aarão Reis, no Rio de Janeiro com Pereira Passos, em Salvador com J.J. Seabra, em São Paulo com Prestes Maia, e em tantas outras cidades brasileiras, Manaus, Belém, Santos, etc. (JACQUES, 2004; MONTE-MÓR, 2006). O que modifica aspectos da vida social, gerando outra relação com a cultura, e promovendo características, que influenciam movimentos formadores do mercado de arte.

Logo estas formas de demonstração de poder e a requisição por produtos que satisfizessem os gostos- da influência do dinheiro que começa a aparecer por todos os lados, ambientes e relações, na forma de coerções, censuras, oportunidades ou vantagens- começa a se repercutir e se transformar em mudanças, reivindicação, revolta e demanda diferenciada. Imagens pejorativas sobre o burguês e o horror a ele começam a aparecer. Tudo que se relaciona a ele, quase que por osmose começa a ganhar sinal de desprezo. O mundo político, a imprensa, os homens de negócios, as honrarias concedidas pelos mesmos, sua ambição, sua legitimação e seu gosto, suas instituições como a academia, seu modo de vida, o processo industrial e seu desenvolvimento. Como se verá, foi somente questão de tempo para que estas insatisfações e o desprezo, se traduzissem na possibilidade de reivindicação a um “retorno às origens puras” (BOURDIEU, 1996).

O que chamamos aqui de “os gostos”, que a influência do poder financeiro começa a fazer emergir com força, se trata do requisitado consumo cultural dos novos ricos, ditos sem cultura, o burguês, os homens de negócios e muitos de seus agregados. São romances industriais, romances de folhetins, melodramas, ditos cheios de frivolidades e estratégias que pudessem agradar. O mesmo se repercutindo nas artes, com os pintores chamados de conformistas, ortodoxos, de critérios acadêmicos; assim também igualmente no teatro. O que naquelas condições, possibilitou a existência de uma corrente análoga de público, incentivadores, críticos, produtores, editores e patrões de imprensa, e até mesmo de um Estado, todos entusiasmados com este mesmo caráter de produção (BOURDIEU, 1996).

A ampliação da escolaridade na Europa, no séc. XIX e ainda mais no segundo império Francês, efeito também ligado à expansão econômica, proporcionou oportunidades para alguns e liberdades para outros. Estas sejam no âmbito familiar ou social, pela possibilidade de ocupação de cargos, que as criticadas forças do dinheiro, começavam a fazer aparecer com cada vez mais novidade e impulso. Tal relação promoveu o surgimento de uma série de candidatos à carreira artística e literária, postos onde exigências de qualificação escolar, não eram fortes. Onde os novos postos eram atividades relacionadas às habilidades de seu pretendido ofício, editoração, ilustração, literatura industrial, entre outros novos modos de trabalho. Esses eram certo número de jovens provincianos e da capital, dispersos em um tempo, que não se conseguia absorver todos os diplomados no ensino secundário, e que cargos de poder, ainda eram ocupados por favoritismos de períodos anteriores (BOURDIEU, 1996).

Deste modo havia por um lado uma demanda crescente por parte de novos ricos, de certo modo sem cultura, ansiosos por se fazer perpetuar sua visão de mundo, e de outro, uma oferta crescente de novos ingressante a uma propensa carreira artística com seus produtos. E na contra mão de ambos o Salão de Paris, com critérios da Academia de Belas Artes, que não soube lidar nem com esta oferta nem com esta demanda. Sendo a única estrutura acadêmico-governamental que permitia a venda de obras de arte, o hotel Drouot, casa de leilão parisiense, que, entretanto só leiloava obras de arte acadêmica e antiguidades (CAUQUELIN, 2005).

Esse é o momento de alguns desdobramentos na França: fracasso da revolução de 1848, golpe de estado de Luís Napoleão Bonaparte, a desolação do segundo império e diversas reivindicações (BOURDIEU, 1996). Entre elas, o direito a exposição no Salão de Paris, meio de reconhecimento, honra e garantias de encomenda, o torna livre em 1848. O que gera um crescimento mais do que considerável no número de obras expostas. Porém condições como o rigor acadêmico das belas artes e a crescente oferta de obras, logo começam a promover, a especialização de salões e sua descentralização. Abrindo a oportunidades para promoção de um mercado independente (BOURDIEU, 1996; CAUQUELIN, 2005).

A partir de então, se torna progressivo o número de empreendimentos privados que começam a aparecer à margem da academia. Sendo deste período, a fundação da galeria do famoso marchand Durand- Ruel, o marchand dos Impressionistas. Além destes, ainda uma série de instituições bastardas, refúgios oferecidos por entusiastas, colecionadores, amigos e colegas de trabalho, promoviam amparo e algum rendimento. Em 1882 a organização do Salão de Paris se desliga do estado, passando à Sociedade dos Artistas Franceses (BOURDIEU, 1996; CAUQUELIN, 2005).

Portanto se terá início neste cenário Francês, livre de certas inibições e coerções externas, antes impostas pelos critérios da academia de belas artes, o avanço em um terreno de certo modo livre, de inúmeros empreendimentos privados e sua promoção. Esses armados de todas as possibilidades e novos modos de articulação, que a chamada força do dinheiro poderá proporcionar: o aumento do número de clientes, a geração de novos ricos, novos produtores, escolaridade diferenciada a ambos, tanto para faixa de consumidores como para a de produtores, especialização, fortalecimento e influência da imprensa, assim como a consequente geração dos intermediários e das novas figuras, como o crítico e o aficionado. A

partir de 1890 em Paris, já está estabelecido, à existência e a consistência de um mercado independente de arte (CAUQUELIN, 2005; BOURDIEU, 1996).

Mercado que logo toma impulso com os marchands, dedicados à negociação das obras de arte; com os críticos, promovendo os artistas e a si mesmos; com os colecionadores, consumidores de prestígio, impulsionando as obras que compram; com os consumidores diletantes, eventuais, buscando prazer e expectativa de bons negócios; com os espectadores, massas de curiosos que consomem pelo olhar e fazem o papel do puro espectador (CAUQUELIN, 2005). E claramente os artistas, os criadores. Estes criados por uma série de relações entre estes atores, agentes que, visam promover o mesmo e sua obra, ao mesmo tempo em que promovem a si mesmos, a partir das possibilidades inscritas em características apresentadas em ambos, e em relação ao tempo em que coexistem (BOURDIEU, 1996).

Está presente, o início do mercado de arte moderna. Modalidade diversificada do que até então se praticava. Momento de um outro mundo artístico, segmentado por critérios e políticas específicas, cada qual com estratégias comerciais diferentes: mercado de arte antiga, de gênero, de retrato (BECKER, 1988 apud in BUENO, 2012, p.75). Com o marchand, comercializando novas formas estéticas, inovadoras, com uma atuação chave, em conjunto com o crítico de arte. Esse novo momento, é de um mercado de autores, sobretudo de autores vivos, e não de obras, de grupos e estilos; é o momento em que se deve trabalhar em prol da construção de uma recepção, e não esperar e atuar em prol de um público preexistente (BUENO, 2012).

Colecionar na primeira metade do século XIX era postura distinta, que reforçava socialmente o poder simbólico do colecionador, por um ostensivo consumo desses bens (VEBLEN, 1965 apud in BUENO, 2012, p.76). Aspecto característico de museus domésticos, de obras e objetos de luxo consagrado, advindos de leilões e antiquários. Onde artistas possuíam uma relação de dominado perante os mesmos. Já neste momento, segunda metade do século XIX, colecionar é admirar, é agregar valores intelectuais e inovadores, por um consumo de imagens transgressoras; é identificar se com visões de mundo dos artistas que coleciona, e de tal atitude, fazer uma expressão cultural própria. Atitude conciliável com um dos pré-requisitos deste mercado moderno, a presença de grupos sociais novos, com identidades elaboradas a partir de valores individuais, baseados na cultura e no consumo (BUENO, 2012). Indivíduos provenientes de uma sociedade cosmopolita, sendo estes primeiros colecionadores de vanguarda, pessoas desterritorializadas, transitando a margem do

mundo e dos valores, das conservadoras elites locais (ZOLBERG, 1992 apud in BUENO, 2012, p.77).

Assim a partir deste ponto, as vésperas do século XX, começam a se firmar as funções, os aspectos dos agentes, dos sistemas de produção e seus modos de funcionamento. O ganho de importância, o aumento e a especialização dos que se chamaram mediadores, os antigos intermediários, galeristas, marchands, críticos, especuladores; as possibilidades da simples propaganda se converter em sistema de publicidade, o aparecimento de enfoques diferenciados, para jovens, velhos, aposentados, mães de família; a necessidade de novos consumidores (CAUQUELIN, 2005). Para além desta forma de funcionamento do mercado de arte moderna, acrescentasse ainda segundo Anne Cauquelin (2005), aspectos de modificações, oriundos de avanços tecnológicos de comunicação, uma passagem do mercado de consumo clássico para um mercado ligado à comunicação. Caracteres da constituição de um mercado de arte contemporânea.

O Pós-Guerra: O desenvolvimento de um mercado em nível global

O apresentado mercado de arte moderna e os aspectos de sua formação, já no final do século XIX e início do XX, mostravam características de um perfil internacional e desterritorializado. Visto que, seus marchands e artistas eram europeus, geralmente residentes de Paris, e a maior parcela de seu público, comprador, estrangeiro, sendo altamente representado por norte-americanos (BUENO, 2012). Em 1910 já se tem uma rede de galerias em Nova Iorque, trabalhando com estes artistas europeus de vanguarda, sendo o comércio de arte contemporânea norte-americana, praticamente não existente. Artistas europeus, os quais praticamente predominaram no mercado de arte moderna até os anos de 1940, quando perante a Segunda Guerra Mundial e a consequente interrupção do fluxo de obras, críticos e museus comesçassem a promover estratégias de promoção, para os Expressionistas Abstratos (BUENO, 2012).

Foi somente após a segunda metade dos anos de 1940, que se começou a observar um mercado para o segmento dos Expressionistas Abstratos, onde se tornará até o fim dos anos de 1950, Paris e Nova Iorque, os principais polos do mercado de arte de vanguarda. No entanto sendo neste último, o local que melhor proporcionou as condições de desenvolvimento da arte

contemporânea; de maneira semelhante à França, a cargo da iniciativa privada de galerias comerciais, já que museus não forneciam suporte à vanguarda. Este é um período de pouca profissionalização das galerias norte-americanas, atuando de modo muito informal, sem uma linha de conduta, sem um programa, diversificando ao misturar contemporâneos com modernos, marchands que priorizavam o aspecto cultural em detrimento do mercadológico. Uma situação que só viria a mudar após 1957 (BUENO, 2012).

Após aquele período, transformações na conjuntura econômica e social do pós-guerra, como o aumento do volume de capital excedente, viabilizaram o terreno de uma série de possíveis novas operações. O acúmulo de capital excedente, condição prévia da formação do mercado de arte, favoreceu o surgimento de novas fortunas, de novos ricos, como por exemplo, os armadores gregos e os artistas de Hollywood. Os quais promoveram uma demanda, na compra de impressionistas, pós-impressionistas e modernos europeus, o que levou as obras a se tornarem raras, os preços proibitivos, ponto onde a oferta começa a se especializar, se profissionalizar, se especificar neste meio; onde uma linha condutora dos empreendimentos é à abertura possível, para o escoamento de uma nova geração (BUENO, 2012).

Marchands empenhados em fazer tendências se tornarem viáveis economicamente, atuavam de dupla maneira, no âmbito institucional e mercadológico, instituindo legitimidade as obras e transformando esta legitimidade em valor econômico. É a partir de tais aspectos que o mercado de arte contemporânea se estabelecerá internacionalmente, não com o Expressionismo Abstrato, mas em torno da Pop Arte. Agora possuindo consigo, um núcleo de novos colecionadores, base de seu sucesso; empreendedores do pós-guerra, com negócios inovadores e quase sempre ligados a uma sociedade de consumo, a meios de transporte e comunicação. Com empatia pela cultura visual da Pop Arte, esses eram proprietários de agências de publicidade, de redes de lojas, produtores de televisão e mesmo donos de frotas de táxis; sintonizados com os estilos de vida e os novos processos culturais que emergiam (BUENO, 2012).

Figura chave dentro deste período de desenvolvimento, é Leo Castelli, nos (e para os) Estados Unidos da América, marca o início da imagem dos novos empreendedores, que serão os galeristas da maneira como os entendemos hoje. Diferente de seus antecessores, antigos marchands como Ambroise Vollard, Paul Durand Ruel e Daniel Henry Kahnweiler, estes possuem como principais traços de distinção, as novas formas de se operar com um tempo

reduzido das obras e as relações com os artistas, instâncias culturais e o público (MOULIN, 2007). Segundo Anne Cauquelin (2005), o maior trunfo empreendido por Leo Castelli, foi à utilização da comunicação para o estabelecimento do que conhecemos hoje como o mundo da arte. Essa rede de contatos e trabalhos cooperativos, a fim de consolidar e minimizar os riscos na criação de valores sobre artistas. Foi com estratégias do tipo que lançou no mercado artistas, ligados a Pop Arte, como Robert Rauschenberg, Jasper Johns, Andy Warhol e Roy Lichtenstein, e outros como Frank Stella.

O que Castelli fez, foi se estabelecer como uma espécie de marca entre iniciados a esse consumo, desse meio de produção, se tornando um selo de qualidade dos trabalhos que comercializava. Mantinha se informado sobre tudo, de acontecimentos e movimentações do campo artístico, de fora dos Estados Unidos, às esferas mais precárias de sua localidade, Nova Iorque. Possuía contatos com instituições, museus e marchands, no lugar da concorrência, firmava acordos, explorava acontecimentos planejados, selecionava frequentadores influentes; sempre concorrendo para a criação de um consenso sobre os valores que praticava. Práticas que o forneceram uma marca de garantia, pelo nome da galeria, de modo a expandir a estratégia a nível global (CAUQUELIN, 2005).

Outras mudanças importantes do período pós-guerra, tanto no campo artístico como em seu mercado, que também afetaram a sua conjuntura e sua dinâmica de funcionamento, foram às grandes casas de leilão, as feiras internacionais e as bienais de arte contemporânea. Ora expandindo ora potencializando, os principais aspectos do mercado de arte ligado à comunicação.

Temos que a partir de 1955 houve o fortalecimento e a expansão internacional das maiores casas de leilão do mundo, as inglesas Sotheby's e Christie's, que começaram a concorrer entre si. A Sotheby's em 1955 abria um escritório em Nova Iorque e a Christie's em 1968, em Roma. Tal fato possibilitou que o intercâmbio e o acesso a obras de colecionadores de localidades diferentes, diversificassem a origem das obras. Efeito da política de expansão que as levou a uma atuação global, posteriormente atingindo preços recordes em leilões (MOULIN, 2007).

Essas empresas do mercado secundário, focadas em revendas, assim como outros agentes do mundo da arte, se cercam de informações, formando equipes de peritos assalariados, exclusivamente a seus serviços para avaliações. Estes especialistas são agentes

de recrutamento internacional, historiadores da arte, conservadores de museus e peritos independentes, que agem na posse de informações raras e conhecimentos específicos. Para termos uma ideia da expansão dos leilões, tomemos que o número anual de quadros transferidos em vendas públicas de 1800 até 1970, esteve na ordem de 5000 a 6000, desde então atingiu a cifra de 50.000 quadros por ano. Porém a distribuição de preços é bastante desigual, cabendo a uma porcentagem pequena os altos valores (MOULIN, 2007).

Eventos que dinamizaram o mercado e tentam resistir à hegemonia das grandes casas de leilão, as grandes feiras internacionais de arte, tiveram origem no final dos anos de 1960; sendo as mais antigas, a de Colônia de 1966 e a de Basileia de 1970. Estas são espaços comerciais que difundem internacionalmente a produção artística, sendo a de Basileia, a que já desde cedo enfatizava tal aspecto, desde então se tornando a principal do mundo (QUEMIN, 2014). Distribuídas em uma agenda internacional que cobre um ano inteiro, são elas que apresentam uma oferta global, quem demonstra às tendências do mercado e ainda atestam sua orientação. Ou seja, um campo de interesses, concorrências e acordos. Até ano de 2008 eram cerca de 41 feiras, as que podiam ser consideradas no mundo como internacionais, onde se avaliava a participação de 2.300 galerias. Estas feiras também são pontos de encontro e locais de um grande número de relações, ambientes que misturam as vocações alternativas dos espaços de arte e o caráter da atuação cambiante de seus atores (MOULIN, 2007).

Mesmo que retornando a 1895, ano da primeira e mais importante bienal, a de Veneza, as bienais de arte contemporânea, enquanto grandes exposições internacionais, se espalharam pelo mundo, também enquanto formadoras simultâneas da reputação e dos preços, nos decorrentes anos do pós-guerra. Encontramos desta maneira a inauguração da bienal de São Paulo em 1951, da Documenta de Kassel, exposição quadrienal, em 1955, a bienal de Sydney em 1973, a de Havana em 1984, e a de Istambul em 1987; algumas das mais antigas (MOULIN, 2007). Elas também são os pontos de encontro de uma série de atores e agentes ao redor do mundo, itinerários do mundo da arte contemporânea, que tantos pesquisadores comentam como resolutamente internacional (MOULIN, 2007; QUEMIN, 2014; THORNTON, 2010). Para podermos ter uma ideia segundo o site Biennial Foundation⁶¹,

⁶¹ De acordo com os dados pesquisados no site da Biennial Foundation, são exposições realizadas de variadas formas, com variados objetivos, da iniciativa privada a acordos governamentais, do fortalecimento do mercado artístico e incentivo ao turismo, até a reafirmação de formas de governo. Descontinuadas ou ainda em busca de estabelecimento, estas exposições para tanto, sempre se utilizam da arte contemporânea e seus aspectos característicos e internacionais. Acesso em: <<http://www.biennialfoundation.org/home/biennial-map/>>. A revista

plataforma criada em 2009 para a troca de conexões, informações e reflexões sobre as bienais do mundo, são atualmente cerca de, 214 exposições do tipo realizadas ao redor do mundo, entre as quais, cerca de 185 organizadas entre 1990 e 2017. Algumas com não mais de uma edição, outras nem mesmo iniciadas e várias descontinuadas. Caráter particular dos anos de 1990, que no mundo da arte viu uma forma de diversificação da oferta, na abrangência global, abordando países antes tidos como periféricos (MOULIN, 2007).

Olhando um caso em particular, que nos auxilia na visão das práticas destas grandes exposições, vejamos que somente a Bienal de São Paulo⁶², segundo seu website, em seu caráter particular, aponta ser o sexto maior evento anual em número de visitantes na cidade de São Paulo; o que gera aproximadamente 300 milhões de reais, em negócios para mesma cidade. Seu funcionamento, ainda conta com a realização de desdobramentos de sua própria exposição, com partes da mesma viajando ao redor do mundo, em parcerias estabelecidas com museus, instituições culturais e órgãos públicos e privados de diferentes países e regiões. Sendo ela que, em uma organização tripla, entre sua instituição, o Ministério das Relações Exteriores e o Ministério da Cultura Latina, a responsável por idealizar e produzir as representações brasileiras nas Bienais de Veneza, de arte e arquitetura⁶³.

Por mais pouco palpável que pareça, a atribuição “arte contemporânea”, é outro aspecto que caracteriza este período da formação, dos atuais contornos do mercado de arte. Se peritos da arte antiga, se debruçam sobre trabalhos de autenticidade do verdadeiro autor, nas obras contemporâneas, eles trabalham com a autenticidade de sua existência enquanto obra de arte (MOULIN, 2007). O que também se relaciona ao reconhecimento do autor enquanto artista. Ainda em constante reavaliação, de concorrência internacional, pela competência de poder do termo, a configuração do rótulo “contemporâneo” se dá nos anos de 1980, com características do campo artístico da época: O afastamento das circunstâncias das vanguardas de 1960 e 70, a não mais separação entre antigos e modernos, figurativos e abstratos, e o fim da visão do desenvolvimento sucessivo das produções no campo, foi o que impulsionou a substituição do termo “vanguarda”⁶⁴ por “contemporâneo”. Termo que engloba criações associadas à tradição

de arte SeLecT em sua vigésima edição, em matérias sobre bienais, elencou 52 bienais ao redor do mundo. Acesso em: <<https://www.select.art.br/edicao/edicao-20/>>.

⁶² A maior exposição de arte do hemisfério sul, a Bienal de São Paulo teve sua primeira edição em 1951. Ocorrendo a cada dois anos desde então. Acesso em: <<http://www.bienal.org.br/fundacao>>.

⁶³ Acesso em: <<http://www.bienal.org.br/fundacao>>.

⁶⁴ Vanguarda neste trabalho é entendida como variação determinada no modo de produção artístico, em relação à aquele já consagrado (BOURDIEU, 1996).

moderna de ruptura e outras alimentadas por referências de uma história desconstruída, possibilitando acesso a um pluralismo cultural também tido enquanto renovador⁶⁵ (MOULIN, 2007).

Com os anos de 1970, constata-se que os economistas começaram a se interessar por arte, principalmente pelo caráter de rentabilidade de seus ativos artísticos. Mesmo que na época a opinião difundida, sendo de que, os investimentos em arte superavam os rendimentos dos investimentos de risco, os estudos a esse respeito não estabelecem tal processo e impressão como unanimidades. Seja qual for às contestadas formas de cálculo de tais índices, levando em conta variações não negligenciáveis- como seu método de amostragem, o número e categorias de informações retidas, os modos de construção dos índices de preços e o tratamento do tempo- é preciso considerar que o princípio deste mercado, é a sua distinção pela não substituíbilidade dos produtos (MOULIN, 2007).

Agora junte a estes movimentos, a chamada “pictomania” dos anos de 1980. Já ocorrida outras vezes na história, a demanda dessa vez se fixara no mercado internacional. Fatores como a abundância de liquidez, geraram uma espiral especulativa, caracterizada pela baixa do número de não vendidos, elevação excepcional dos preços e do número de lotes oferecidos. Aonde os próprios responsáveis pelos leilões, auctioneers e leiloeiros, audaciosamente começaram a estabelecer os preços. Os compradores por sua vez, adotaram um comportamento tipo bolsa, que favoreceu ainda mais a elevação dos preços, e por suas arbitragens, levaram quadros a rodarem de um estabelecimento a outro. Obras de arte em vendas sucessivas com o objetivo exclusivamente especulativo. Some o fato das casas de leilão, além de estimularem a validade do investimento, trabalharem com uma política de crédito para os compradores. No entanto toda esta especulação da qual se beneficiaram quadros impressionistas, modernos e contemporâneos, se mostrou vulnerável. Algumas mudanças na conjuntura como o crash da bolsa em 1987, o *mini crash* de 1989, a guerra do golfo em 1990 e o recuo dos compradores japoneses de arte, fizeram a demanda abaixar. Vendas na Sotheby’s, na primavera de 1990, com preços inferiores à estimativa, terminaram com a euforia da época (MOULIN, 2007).

⁶⁵ Veja que as relações com o contemporâneo, e a abertura renovadora de um pluralismo cultural fazem parte desde o período de 1990, da crescente extensão geografia da rede institucional, dedicada às criações artísticas da atualidade. Em várias regiões do mundo, grandes obras arquitetônicas são museus dedicados a esse processo (MOULIN, 2007).

Deste modo, a construção deste processo e campo de produção, onde campo artístico e mercado são interdependentes um do outro, a reflexão crítica, a produção, a precificação e o consumo se relacionam a todo o momento. Tendo que no Brasil, assim como em outros países tidos durante muito tempo enquanto periféricos, possuem hoje sistemas de arte contemporânea, digamos, aos mesmos moldes internacionais (FIALHO, 2014). Mesmo que em níveis desiguais de desenvolvimento, devido a graus diferentes de internacionalização, peso de influência institucional e formas de relacionamento, o Brasil vem ganhando visibilidade nos últimos anos. Dentro do processo de expansão e descentralização, ocorrido no campo internacional das artes, em contraposição às tendências hierárquicas de hegemonia, o Brasil começa a apresentar relevante inserção internacional, seja pelas transações realizadas pelas galerias, seja pelas aquisições de outros países de obras nacionais (FIALHO, 2014). No entanto observar como tais processos e constituição de mercado se estabeleceram no campo nacional, é aspecto importante ao interesse da presente pesquisa que em panorama dinâmico, se põe a apresentá-lo.

O mercado de arte no Brasil

Considerando o nosso histórico e sua trajetória, tanto no campo artístico, quanto cultural, e suas relações socioeconômicas indissociáveis, que levaram a construção do aqui tratado mercado de arte, se faz necessário mesmo que de modo não pormenorizado, a observação de seus fatores. Buscar como nos encontramos no atual estado de mercado artístico, resulta nesta pesquisa, no encadeamento de momentos que possam auxiliar a visualização de mudanças, sociais, econômicas e culturais, que perpassam incisivamente, a forma-lo. Para isso nos valem aqui, do abrangente trabalho de levantamento de José Carlos Durand (1989); material de relevo que cobre, quase toda porção de dados e acontecimentos apresentados; além de contribuições de Maria Lucia Bueno (2012).

Tal etapa está subdividida por marcantes períodos da história do Brasil: segundo reinado, república, influência internacional, instituições nacionais e surto comercial. Momentos que marcam acontecimentos e atitudes, em relação ao comércio de artes plásticas. Indo do precário financiamento imperial, passando pelo gosto e estilo de vida social, até chegar ao estabelecimento, de atividades e meios estritamente financeiros.

Sobre os interesses e objetivos da pesquisa, a observação do mercado de arte em meios de maior atividade no Brasil, no contraste ao menor de outras localidades atualmente, é possível ver no trabalho de Carlos Durand (1989), pequenas passagens de incursões a outras localidades do país. São citações e acontecimentos não pormenorizados e sem desdobramentos, que incidem possíveis caminhos de orientação na busca de informações, que poderiam gerar visão mais acurada. No entanto é certo que a presente pesquisa de caráter exploratório, do contato inicial das relações que se envolvem na comercialização de obras de arte, não procura e nem dispõe do fôlego necessário, a essas excursões interioranas; mas tão somente observa seus possíveis indícios na possibilidade quem sabe de salientá-los.

As artes no segundo império brasileiro

Figura 5- Rio de Janeiro do Castelo



Fonte: Gravura do Rio de Janeiro publicada em 1852. Acervo Iconográfico do IMS (2017)

Tomando como ponto de partida acontecimentos desde o segundo império, à época de Dom Pedro II, tentaremos traçar os caminhos pelos quais percorreu a arte em nossa sociedade até o desenvolvimento do abordado mercado artístico. A mais antiga informação sobre

comércio de pinturas convencionais, vem de um levantamento do comércio exterior brasileiro, organizado por Straten-Ponthoz, relativos a 1839-1840. Nele num inventário com uma sessão de objetos de luxo, onde se encontra separado, objetos de letras, ciências e belas artes, vê-se neste último a rubrica de pinturas a óleo. Constando nele valores gastos pelo Brasil, com pinturas, aproximados a gastos com objetos de decoração de uso mais comum, como tapetes e relógios (DURAND, 1989).

Porém para entendermos o que significa estes gastos com pinturas, de onde ele vem, e de que ambiente resulta, compreenda que este é o período de importação do neoclassicismo, como aquele cultivado nas academias europeias de Belas Artes. Sendo um marco oficial a vinda da missão artística francesa em 1816, a convite do Rei Dom João VI; e a posterior fundação da Academia Imperial de Belas Artes. A qual por problemas diversos de gestão e organização, só viria a funcionar propriamente a partir de 1840 (DURAND, 1989).

Desde logo se vê que esta academia de belas artes, é precariamente mantida pelo segundo reinado, com salários desestimulantes a professores e complexa forma de gestão orçamentária. Como consequência que acentuava ainda mais tal problema, havia as ocupações externas e os interesses alheios, dos artistas da missão. Que se ocupavam de empreender em negócios do café; já que, não era grande o número de encomendas lhes destinada, o negócio do café era extenso na região, era fácil à época comprar escravos, e por ser estrangeiros, era complacente a alta burocracia (DURAND, 1989).

Aos aspectos sociais do período, que compõe a construção deste campo artístico, vemos que. Esse era um país com uma economia rural, de base escravocrata, sem base de economia urbana e sem uma classe artesanal importante. Era recente a criação dos poucos centros de ensino, sendo de Direito, Medicina e Engenharia Militar. Funções estas, tidas como fundamentais para os clãs oligárquicos, onde eram os exercícios literários nas faculdades de direito, e os versos às vezes encaminhados à imprensa, que consistiam exemplos de experiência estética na ocasião. Época em que as mulheres da classe dirigente, ainda lutavam pela possibilidade do princípio da coeducação, e que a carreira artística não era algo que atraia a filhos de boa família; a classe média ainda era embrionária. O recrutamento para o ensino artístico acontecia entre os filhos da classe pobre urbana, sejam de artesãos ou pequenos comerciantes, e no limite mais baixo da aceitação, filhos de ex-escravos. Isso em 1850 aproximadamente, onde a condição dos candidatos se limitava a instrução primária (DURAND, 1989).

Mesmo a academia Imperial de Belas Artes, sendo a instância de consagração, que promovia prestígio a muitos dos artistas da época, lhes rendendo encomendas oficiais e particulares, não representava aqui, a ausência das dificuldades de atuação, nesse meio institucionalizado e precário. Eram os não periódicos estágios na Europa, recompensa de concursos, o que propiciava a maior visibilidade e vantagem na disputa por cargos de magistério, encomendas do governo, demanda por retratos particulares e serviços de decoração. Aqueles que não conseguiram tal possibilidade, aplicavam modestamente os conhecimentos a um mínimo de sucesso, marginalizados a uma menor atuação artística, sem vulto, ou mesmo revertendo-se aos trabalhos mais modestos de artesanato, competindo desigualmente com estrangeiros melhor capacitados e outros concorrentes (DURAND, 1989).

Estes artistas brasileiros da Academia Imperial cumpriram importante papel diante da classe dirigente em formação, e sua demanda em relação à pintura artística. Isso em um país, nesse aspecto, de uma cultura erudita totalmente dependente. O que nos dá uma melhor noção das relações entre sociedade e campo institucionalizado das artes visuais, é a consolidação da imprensa diária posterior à segunda metade do século XIX. Com a atuação de jornais e pasquins que criticavam, por exemplo, a inverossimilhança das representações de indígenas e cenas de batalha, canalizando discussões a respeito de arte. É comum a esse período muitas das exposições gerais da Academia, tomarem caráter de eventualidade pública, com apelo popular considerável, o que diminuirá posteriormente com os precedentes do cinema e da urbanização (DURAND, 1989).

A guerra do Paraguai e suas consequências na sociedade da época é momento de interessante observação dos efeitos de apelo popular, acrescidos as artes plásticas. O conflito, a despeito de seu caráter genocida, gera uma comoção cívica, uma visão de um país uno, onde são produzidas músicas, encenações patrióticas, biografias, bandeiras, medalhas e romances; o que leva a um grande apelo popular sobre o gênero da pintura histórica. A qual financiada pelo império repercutirá alguns fatos. São deste contexto, as obras de Victor Meirelles, o Combate Naval de Riachuelo e Passagem de Humaitá, assim como a Batalha de Campo Grande, de Pedro Américo. É sugestivo o sucesso de público, da exposição geral de 1879, onde o gosto pelas citadas obras anteriores, geram encomendas a tais artistas, das expostas obras nessa ocasião: A Batalha do Avaí de Pedro Américo e a Batalha dos Guararapes de Victor Meirelles. Encomendas feitas pelo ministro do império (DURAND, 1989).

A Academia Imperial de Belas Artes tem uma rápida queda das atividades entre 1884 e 1889. Este é o período final do império, o ciclo de encomendas importantes se fecha e não mais se abre. E mesmo ao fim da monarquia, dificuldades financeiras e de gestão ainda não conseguem ser superadas na instituição. A academia era vinculada ao ministério do império, que era quem regulava, aprovava e fornecia seu orçamento, no caso, seu ministro. Outras formas de renda que auxiliavam a instituição eram as poucas formas de investimento, retiradas da rubrica de despesas controladas pelo imperador, que por sua vez, não era muito, e vinha de aprovação feita pelo parlamento (DURAND, 1989).

A Academia Imperial tinha posição central no embrionário meio artístico da época, assim como certa responsabilidade que recai sobre o imperador. Em um regime monárquico centralizado, o cabia à condução do consumo suntuário, pelo qual se exprime simbolicamente o poder da classe dominante, o que Pedro segundo não conseguiu fazer. Este renunciava tal função, inibindo o consumo suntuário a nível público e privado, retraindo os gastos em encomendas de arte e decoração. Mesmo existindo à época, uma demanda por bens e serviços de distinção social; o que por uma espécie de nobreza do império, circuito da corte, podia ser visto na relação dos mais de oitocentos barões feitos de 1870 a 1889, e na série de fornecedores credenciados a casa imperial, franceses, alemães, austríacos e portugueses. Mesmo sendo neste governo, a etapa de formação da fração politicamente dirigente, advinda do segmento mais rico e poderoso do patriarcado rural, esta, no entanto, ainda estava bem longe do estilo de vida e consumo, tanto material quanto simbólico, das aristocracias europeias (DURAND, 1989).

Essa espécie de aristocracia começa a se constituir tardiamente no Brasil, sendo objeto de apreço variado, no conjunto das classes dominantes, alvo constante de ironia e do desprezo tanto da imprensa, como das forças simpáticas à república. Nesse período fora cenas de batalhas, cenas de acontecimentos históricos e alegorias religiosas ou Greco-Romanas, pouco há, no registro pictórico da época acadêmica. A atração de artistas estrangeiros ao Rio de Janeiro, por causa da prosperidade do café e seu potencial de formação de classes dirigentes, associa-se ao fato de que, eram os fazendeiros do café do vale do Paraíba, os titulares do segundo reinado e as figuras de menor vulto na corte, os que representavam as oportunidades a retratistas estrangeiros (DURAND, 1989).

Existiam ainda artistas alemães, franceses e italianos, que vinham por conta própria e desfrutavam, na maioria das vezes, de boa acolhida por uma elite que os via como atrativo.

Pintavam retratos de corpo inteiro, que junto a outros bens nos salões de visita das propriedades, mostravam classe e modernidade; muito por ocasião de títulos nobiliárquicos, honrarias, participação em entidades, instalação de residências na corte, salões de ministérios, gabinetes de alta burocracia, palácios de governos provinciais, ordens religiosas, santas casas de misericórdia, escolas superiores, academias de letras, casas de fazendas, e tantas outras ocasiões e ambientes, possíveis à realização de pinturas, no caso retratos (DURAND, 1989).

Veja que em seu estudo Durand, em citação ao historiador Athos Damasceno, pontua olhar que melhor nos esclarecendo sobre condições do artista na época: “O pintor que não pintasse retratos para salas de visitas e salões de honra de instituições pias ou escultor que, com olhos voltados para o cemitério, não se fizesse marmorista, dificilmente aqui se manteria” (DAMASCENO, 1971 apud DURAND, 1989, p. 34)

A época relata-se ainda, uma pobreza enorme em qualidade, nos quadros e gravuras encontrados nas casas senhoriais das primeiras décadas do século XIX. O que aos poucos foi mudando com o fortalecimento da economia do café e o maior dinamismo na importação de bens de consumo da Europa, por meados da metade deste século. Para se ter uma ideia das dificuldades da época, muitos dos artistas estrangeiros que para cá vinham, não ficavam, retornavam para a Europa. A importância do mercado de retratos a época, pode ser visto de 1840 a 1860, em anúncios de tal serviço em jornais cariocas, assim como na repetição do gênero nas exposições gerais da academia, na decoração dos salões e na difusão da fotografia; como influência, auxílio e concorrência. Alguns destes pintores estrangeiros conseguiam acolhida no próprio palácio imperial, junto aos demais empregados, os outros sem as mesmas habilidades estéticas ou sociais para o meio imperial, se embrenhavam pelo interior em busca de oportunidades, por exemplo, em fazendas (DURAND, 1989).

Em 1860 a fotografia vai se estabelecer, consolidada e implantada no mercado de retratos. Ela amplia o mercado de retratos, a segmentos sociais sem condições de pagar uma pintura óleo, por exemplo, militares, padres, funcionários admirativos, artistas, professores, profissionais liberais e categorias similares. Os retratos foram importantes subsídios aos artistas desse segundo reinado e primeira república, época em que se deu a formação da alta burocracia de estado, civil e militar, assim como o crescimento da burguesia comercial. A pintura mural era outra importante fonte de renda, quase que obrigatória nas casas de grande luxo e em ambientes comerciais, isto, antes da influência da arquitetura moderna em meados de 1940-50. Estas pinturas de decoração eram feitas por pintores estrangeiros e nacionais, que

percorriam ricas regiões do café, e acabavam substituindo o trabalho amador de homens livres nas sedes de grandes fazendas, por vezes os recrutavam como auxiliares. Veja também que pelos relatos, muitos destes pintores, em suas incursões pelo interior do Brasil não raramente, ofereciam a venda aos donos de fazendas, pinturas de recantos de estradas, segundo Durand (1989) algo como “No Caminho da Fazenda” ou mesmo vistas panorâmicas das propriedades rurais (DURAND, 1989).

Em consultas de jornais da época, 1860, se observou anúncio da galeria Ruquet, galeria carioca no centro, na rua do ouvidor, ofertando rica coleção de pinturas a óleo de mestres espanhóis e italianos. O que sugere diversidade de autores, nas importações de cópias em oleogravuras. Outros difusores foram às revistas, por exemplo, as de moda, que chegavam ao Brasil por livreiros franceses, estabelecido em São Paulo e outras cidades importantes na época. Nelas traziam-se gravuras como ilustrações, que podiam ser vistas nas paredes de residências em São Paulo, aos fins do segundo reinado. Veja que em almanaque comercial da época de 1870 no Rio de Janeiro, se encontra um total de nove casas de quadros, gravuras e estampas, que provavelmente vendiam oleografias e pinturas de salão, importadas ou feitas na corte. Ainda nestes anos a historiografia da gravura, apresenta 248 estabelecimentos litográficos no Rio de Janeiro, ampliação do mercado litográfico que ocorre por intermédio da imprensa e da publicidade (DURAND, 1989).

Na república: 1889 a 1920

Figura 6- Rua do Ouvidor Rio de Janeiro (Detalhe)



Fonte: Fotografia de Marc Ferrez em 1890. Acervo do IMS (2014)

No fim do segundo reinado, já havia algumas galerias ativas no Rio de Janeiro. Por exemplo, a Vieitas, a Moncada, a Glace Élégante, a Clément e a De Wild, porém não especializadas, no comércio exclusivo de obras de arte. Além delas o ateliê fotográfico de Insley Pacheco, também expunha e vendia quadros. Desta época até meados do século XX, não se tem registros de marchands importantes e nem de galerias, como ponto de encontro e discussão, como já acontecia no campo literário em algumas livrarias da capital. No entanto o marchand Jorge de Souza Freitas, da galeria Jorge, é por vezes tido como importante distribuidor de quadros, da academia no Rio de Janeiro. Aproximadamente até 1940, os pintores utilizavam saguões de hotéis elegantes, ateliês fotográficos, antiquários, lojas, livrarias, charutarias, além do aluguel de salas e salões vagos para reforma ou demolição, de ruas movimentadas, como pontos para exhibir e tentar vender as obras, tanto em São Paulo e como no Rio de Janeiro (DURAND, 1989).

Os relatos que trazem uma idéia, das condições de existência dos pintores nos anos de 1920, posterior à mudança do regime político, são os seguintes. Tenha que este é um período

do aumento dos fluxos de riqueza em São Paulo, momento de urbanização nesta cidade assim como no Rio de Janeiro. No campo das oportunidades, mesmo por muito tempo não havendo rede de lojas, capaz de cobrir com eficiência o mercado, as iniciativas de venda no período não eram esporádicas ou tão difíceis como poderia se pensar. Pintores da agora reformada, Escola Nacional de Belas Artes, antiga Academia Imperial, viajavam com certa frequência a São Paulo para vender suas obras. Artistas estrangeiros anunciavam-se em jornais, indo com lotes de quadros a São Paulo e outras regiões, vendendo e voltavam aos seus países. A essa época famílias de posses também traziam obras da Europa, eram pinturas, gravuras ou criações pessoais realizadas na estadia. Havia também estratégias beneméritas para organizar exposições (DURAND, 1989).

Neste período aulas como forma de renda, não era algo favorável, já que deveriam predominar os códigos de boa família. Isto é, alunos prontos a dominar, aspectos de distinção social, música, dança, idiomas, e por vezes requisitada etiqueta e comportamento em sociedade. Por relação a isto, percebe-se que as aulas são um posto, onde mais se encontravam estrangeiros no início da república, valendo-se de experiências de vida. A crônica da época ainda relata que os salões do período, eram dançantes e musicais, sendo muito pouco voltados às Artes Visuais e a Literatura. É por tais relatos ainda, que sabemos que nos anos iniciais do século XX, houve a substituição de objetos pessoais e caseiros por outros vindos da Europa. Objetos *Arte Déco* e *Arte Nouveau*, que nos anos 1940 constituíram vários antiquários, onde posteriormente, também se venderam obras de arte, acadêmicas tardias; isto no começo da reformulação do mercado, não mais ligado a modelos institucionais (DURAND, 1989).

Esse é o momento da europeização dos costumes, com o prestígio social do francês. A ponto de, no comércio de luxo, mascates Sírio-Libaneses ou europeus de outras nacionalidades, se passarem por franceses para atender a demanda. As mulheres, no campo das Artes Visuais e suas relações com a sociedade, tiveram aspectos chaves na importação, comercialização, exportação e consumo no período. Indo a partir das primeiras décadas do Século XX, apresentar rupturas com o amplo caráter de subordinação, do qual era submetida. O caráter de ensinamentos civilizatórios e de sofisticação cresceu amplamente nesse começo de século, trazidos de uma vivência na Europa e dali inspirado, era saber como comer, utilizar talheres, falar vários idiomas e ter um ambiente de discussões intelectuais. Junto a isto processos de urbanização de contornos europeus, no Rio de Janeiro e em São Paulo,

auxiliados pela acumulação econômica da época, levaram a perda dos contornos coloniais. (DURAND, 1989).

Essa importação europeia trouxe na época, tanto coisas piegas como também, a chamada onda modernista. Some a grande quantidade de estrangeiros principalmente italianos, que a essa época chegaram a São Paulo⁶⁶, muitos artesão, mestre de obras e outros relacionados à construção civil. Assim no século XX, não só aquelas formas de renda do segundo reinado foram dinamizadas, mas em São Paulo, também começou a haver um controle de mercado, auferido por estes estrangeiros, italianos, espanhóis e portugueses. Muito em construção civil e decoração, fato relacionado à europeização e ao fraco caráter político dos artesãos seculares luso-brasileiros. Estes últimos com suas instituições de ofício⁶⁷, com pouca influência e representatividade política, agrupavam aqueles tanto excluídos dessa dimensão, por não serem considerados homens bons (DURAND, 1989).

Algumas coisas vão influenciar a existência de um cenário, não dependente de uma instituição centralizadora como a academia. É a acumulação rápida de capitais com o café, a urbanização associada a negócios de exportação, melhores condições e conforto na vida das altas classes, estreitamento do contato com a Europa e a migração espontânea, de artistas e artesãos, da Europa para o Brasil. No entanto o campo das artes no Brasil, não ganha assim ou começa a ganhar, a autonomia do campo artístico como visto na Europa⁶⁸. O propício recrutamento de camadas mais baixas da sociedade, tanto para academia como para o Liceu, se devia ao fato do pouco interesse estético da oligárquica cafeeira no segundo reinado. Já a partir do período de europeização, das décadas de urbanização iniciais do século XX, esse segmento muda no recrutamento de instituições de ensino, assim como o caráter da iniciação estética. Começará a ser frequentado largamente por estrangeiros (DURAND, 1989).

Por causa de uma repressiva administração, temerosa da autonomia industrial no Brasil, nunca amparando corporações de ofício ou instalações de escolas, as imbricações entre

⁶⁶ Os italianos são uns dos grupos de maior expressão numérica e sócio cultural imigrado para o Brasil. Em São Paulo incrementaram-se de forma crescente a partir de 1880, onde apesar de iniciarem na lavoura de café, substituindo o trabalho escravo, tiveram uma localização mais urbana. Os movimentos de imigração espontânea no Brasil começaram, com a nova colonização, a partir da abertura dos portos e da política de concessão de terras em 1808 (DIÉGUES, 1980).

⁶⁷ Estas instituições de ofício se referem aqui a Escola Nacional de Belas artes, os Liceus de Arte e Ofícios e correlatos meios de ensino (DURAND, 1989).

⁶⁸ Ver em BOURDIEU, Pierre “As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário” e CAUQUELIN, Anne “Arte contemporânea: uma introdução”. O processo de autonomização do campo artístico na Europa, especificamente na França, será abordado no capítulo 4.

formação artesanal e carreira artística, levou a espaços de formação profissional, entre 1850 e 1930. A fundação do Liceu de Artes e Ofícios no Rio de Janeiro em 1858, seguiu-se a uma série de congêneres, em outras localidades: Em 1872 na Bahia, 1873 em São Paulo, 1880 em Pernambuco, 1883 em Santa Catarina, 1884 no Amazonas e em Alagoas, e Minas Gerais em três cidades diferentes, em Serro em 1879, 1886 em Ouro Preto e 1896 em Diamantina. Todos se chamando Liceu, eram resultados de iniciativas benemerentes, que sempre enfrentavam críticas dificuldades financeiras. Muito dos produtos industriais na época eram executados à mão, o que demandava senso estético, no entanto muitos consideravam o ensino dos Liceus algo assistencial, o que era diferente na filosofia do mesmo, de utilidade prática unida à beleza (DURAND, 1989).

Fora o Liceu de São Paulo, que graças à influência de seu diretor, se valeu de prestígio em certa época, no geral, os Liceus sempre passavam por dificuldades econômicas. Sem fundos suficientes para equipar oficinas, empenhavam-se em disciplinas fora delas. Representando em São Paulo, uma transição para a organização curricular e pedagógica, compatível a formação operária para a indústria. Posteriormente outras iniciativas de educação profissionalizantes logo começaram surgir, já nos anos de 1909, levando a transformação do ensino profissionalizante a industrial; retirando assim a iniciação estética das exigências. Os desdobramentos do ensino profissionalizante leva a criação do SENAI, Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial em 1942 (DURAND, 1989).

Segundo Durand (1989), poucas mudanças podem ser vistas na Academia Imperial de Belas Artes, na passagem para república. Em 1890, na agora Escola Nacional de Belas Artes, podia se ver, alguns movimentos que fomentavam ideias de renovação, mas nada que naquele momento, com poucos manifestantes, que engendrasses revolução. O grande grosso da produção neoclássica brasileira, fruto do ensino da academia, basicamente começa e termina no Rio de Janeiro, já que o império deixou para a república, uma academia sem vigor institucional e sem encomendas. Mesmo que outras iniciativas de academias tenham surgido no Brasil- a Academia de Belas Artes da Bahia 1877, Instituto de Belas Artes de Porto Alegre e Escola de Desenho e Pintura de Curitiba as duas de 1908, a Escola de Belas Artes de São Paulo, de Manaus e Belo Horizonte todas elas de 1925 e a do Para- elas foram iniciativas de curta duração e obscuros resultados. A república só deu continuidade a já decadência da escola, que vinha desde fins do segundo reinado, somando crises e controvérsias na governança e gestão. Era um fraco corpo docente, má remuneração e agora a realização de

salões, onde a um só tempo, os professores eram juízes, expositores e mestres de outros expositores (DURAND, 1989).

A Escola de Belas Artes de posição um tanto subalterna, entre outras instituições mantidas pelo governo, concorria ainda, no momento da modernização urbanística, com a oferta de outras atrações públicas: o cinematógrafo, os esportes modernos e os passeios. Consequências, da também descentralização espacial de riquezas e da vinda de estrangeiros migrantes, que levou gradativamente a redução de público nas exposições. Veja ainda que a crescente importância no início do século XX, do curso de arquitetura na Escola de Belas Artes, associado agora à engenharia, que já era ligado às classes superiores há certo tempo, na formação de funções necessárias, começa a elevar em hipótese para cima, a clientela da instituição (DURAND, 1989).

Nesse período, podemos olhar a Escola de Belas artes, como canal não premeditado, de contato com a arte moderna. Isto, pois a inserção do modernismo em arquitetura, após 1930, leva as escolas de arquitetura, a serem importantes centros de ensino artístico, assim como seus professores arquitetos, compradores costumeiros de pintura moderna. Tenha também, que em trabalhos posteriores, de conservação do patrimônio público, encomendas de escultura, pintura e tapeçaria, os mesmos agregaram ainda mais na relação com campo artístico. Elementos que elevaram a classe daqueles que ingressavam na Escola. Há também o detalhe de que os arquitetos eram mais bem versados e entremeados no campo de poder, o que influenciava nos dispêndios governamentais, direta ou indiretamente, depositados no campo da arquitetura, mas também nos das artes. Esse alinhamento de forças, influências, e origem dos estudantes da escola, leva Lucio Costa à direção em 1930, revelando grupos interessados na importação do modernismo. Outro canal é os círculos da burguesia liga a semana de 1922, em São Paulo, relacionada ao enriquecimento da expansão do café no oeste paulista (DURAND, 1989).

São Paulo possuía um maior fluxo migratório de estrangeiros, e após a primeira guerra, aumentou o número de viajantes brasileiros para Europa. Muitos grã-finos da época, aderiram ao Modernismo como questão de moda e estofo intelectual distinto, procedente da Europa. Caso de pessoas como Paulo Prado (financiador da Semana de Arte Moderna), Rubens Borba de Moraes e principalmente Olívia Guedes Penteado, os quais por sua vez, na realização de eventualidades, se cercavam de artistas de uma primeira geração modernista, isso na segunda década do século XX. Autores de obras modernas, as quais chegaram a um mercado

incipiente nos anos 1940 e com força, somente aos anos de 1970. Estas eventualidades ampliavam uma rede de relações sociais, o que acontecia de modo semelhante também por brasileiros em Paris, na relação com embaixadores, diplomatas, artistas e intelectuais (DURAND, 1989). No entanto observe que estas redes de relação social, ainda não eram institucionalizadas e nem mesmo suficientemente profissionalizadas, obviamente muito menos ainda, relacionadas entre si.

Tomando aqui o caso de Tarsila do Amaral⁶⁹, para termos ideia de estratégias utilizadas na época, onde se despontavam exposições de abastados em São Paulo, observe que. Havia a montagem de coleção de obras de arte, pela artista no exterior, que posteriormente expunha junto as suas obras, em São Paulo e no Rio de Janeiro. O que facilitava a associação dos trabalhos com um movimento mais amplo, ao passo que junto a isto, existia uma onda de valorização do “exótico” e do não nacional na Paris da época, o que auxiliou a revalorização do nacional no Brasil⁷⁰. Isso demonstra marcas de uma conjuntura social e econômica mais ampla, na formação do campo artístico moderno da época; é o período onde se produziu as fases “Pau-brasil” e “Antropofagia”, de vulto na obra de Tarsila do Amaral. Contexto onde ela, é relevante importadora do modernismo em São Paulo. Blaise Cendrars poeta e apoio estratégico de contato com pessoas em Paris, também de Oswald de Andrade e Tarsila do Amaral, chegou a ser retribuído, vindo a São Paulo, pronunciando em conferência a respeito da escola de Paris e selecionando quadros para se expor na ocasião (DURAND, 1989).

Mesmo que essas condições não se estendam a carreira de todos os artistas da época, sendo Tarsila do Amaral um caso extremo, visto sua condição financeira, já prescrevia aí, uma forma que tomaria força muito tempo depois. Em outros casos, artistas de formação europeia entravam na elite paulista por via do casamento, caso de Lasar Segall e Gregório Warchavchik, que ligados aos industriais Klabin, contaram com condições de liberdade para desenvolvimento, como as da Europa. Assim se verifica que iniciativas de movimentos de ruptura estética, eram praticadas e mantinham relações com um circuito social muito distinto, tanto no Brasil quanto na França. Condição social diversa daquela que muitos pensionistas da

⁶⁹ É interessante observar que de certo modo, o viés artístico e o seu meio, há esse tempo foi fomentador de libertadora emancipação, de porção privilegiada de mulheres. O que também se verá posteriormente no período de profissionalização do mercado de arte no Brasil (FABRE, 1982 apud DURAND, 1989, p. 81).

⁷⁰ Também contando como estratégia, houve indícios da construção objetiva das repercutidas ojerizas, que são relegadas a recepção dos mais velhos quanto às obras modernas, na semana de arte de 1922, como por exemplo, na promoção das vaías (DURAND, 1989, p. 85).

academia do Rio de Janeiro tinham acesso, eram limitações de renda, linguísticas e de sociabilidade (DURAND, 1989).

A Europa de um Brasil sem Europa: 1930 a 1947

Depois dos anos de 1930, com a crise econômica de 1929, houve uma retraída no mercado de arte europeu e o desestímulo de viagens de artistas para Europa. Se somando à Segunda Guerra Mundial, a Europa ficaria praticamente inacessível. Fatores que levaram ao desenvolvimento do meio artístico em novos países e a substituição de sua importação. Veja que no plano internacional o antissemitismo dos alemães na Europa, levaram grupos Judeus a abandoná-la. Mesmo que muitos chegassem paupérrimos em outros países, existiram também aqueles, que trouxeram bens e conhecimentos. Judeus de condição burguesa da Europa Ocidental, que conheciam entre outras coisas, o comércio de objetos de arte e antiguidades, também transferindo consigo, alguma coisa de patrimônio para lugar seguro (DURAND, 1989).

Pelo fato deste comércio ser muito incipiente aqui, Judeus, conseguiram muito cedo posição de destaque em vários destes. É certo também que ocorria por vezes, o afluxo de objetos de coleção, de comerciantes, para outros países. Mas isso variava segundo a riqueza acumulada, a magnitude e o direcionamento de gastos suntuários, para a montagem de coleções nessas localidades. O que levou, por exemplo, os Estados Unidos a se tornar mercado favorável de obras de artes e antiguidades, desde os fins do século XIX. Enquanto que no Brasil, isso não acontecia com a burguesia, nem de modo particular, nem governamental, só entrando secundariamente neste comércio (DURAND, 1989).

Muitos daqueles judeus já haviam entrado no Brasil com objetos de coleção, e lembre-se daqueles produtos importados da Europa nos anos iniciais do século XX, *Arte Déco* e *Arte Nouveau*, são estes objetos agora juntos, que iniciaram a formação de um comércio de antiguidades, que posteriormente comercializa também obras de arte. A esta época começa a surgir um gosto pela arte antiga, e com o fim da guerra, aproveitando-se do enfraquecimento das economias europeias, refletido nas facilitadas importações, esse mercado se fortalecerá. Muitos dos magnatas paulistas de origem italiana como os Matarazzo, os Crespi e os Siciliano, simpatizavam-se grandemente com o fascismo e suas ideias de classes superiores, o que é

intrínseca a ideias sobre raça, uma orientação que os levou a querer possuir “legítima arte antiga” (DURAND, 1989).

Este é um período, onde também há o despertar do gosto para objetos do Brasil antigo. A valorização dos objetos barroco, móveis, estatuária e arquitetura colonial, que vinha se operando desde os anos de 1920, por insistente promoção dos arquitetos. O que logo caiu no gosto e também começou a somar em coleções privadas. Vindas de inúmeros lugares do Brasil, para o mercado paulista e carioca, eram coisas como imagens, oratórios, ex-votos, gomis, tocheiros, móveis, altares, forros de teto pintados de igreja, tudo que pudesse virar decoração colonial, até carrancas de barcas do rio São Francisco foram transferidas para São Paulo. Segundo relatos se compravam velhas igrejas inteiras, perante sua reforma. Esses trabalhos, feitos por antiquários, estavam ligados aos primeiros decoradores profissionais, que montaram lojas no Rio de Janeiro e em São Paulo, do fim da guerra até 1950. Isso levou a valorização dos lugares de onde estes objetos vinham, mediante a tombamentos históricos e divulgação pelo círculo de entusiastas, os modernos de arquitetos. O que por sua vez, gerou um afluxo de artistas e turistas para estas cidades históricas, levando ao crescimento da oferta de bens e serviços nas localidades entre os quais a formação de galerias. Olinda abrigava em 1982, 56 artistas jovens e 25 galerias (DURAND, 1989).

Pessoas que poderiam seguramente estar na Europa, sem a crise e a guerra, decidiram ficar, é um período de permanência compulsória, tanto em São Paulo como no Rio de Janeiro. Momento da expansão da imprensa periódica, e da correlata profissionalização dos jornalistas, que vão começar a chamar atenção para arte que se andava fazendo aqui, no Brasil. Nesse contexto, no campo artístico houve a relação de pintores brasileiros que voltaram da Europa, pintores estrangeiros de educação europeia e daqueles chamados de pintores proletários, artistas artesãos, de origem imigrante. Sendo os últimos que, começando a pintar no cavalete, e insistindo com êxito no mercado de pintura decorativa, começaram a ajudar com persistência, a formar instâncias de difusão e consagração à pintura. Minimamente iniciando a estrutura do campo da pintura, sob a égide modernista (DURAND, 1989). Era uma pequena estruturação mercadológica, com encomendas públicas e de um relativo mercado próspero de retratos, para o benefício dos figurativos modernos (BUENO, 2012).

Assa mínima estrutura do campo da pintura em São Paulo, onde não era necessário romper com o poder acadêmico do ensino artístico, se deu pela montagem de alguns salões, no aliciamento de intelectuais e jornalistas para escrever sobre e ainda, na aproximação de

artistas entre si, procurando discernir o que se passava em nível internacional nas artes. Juntos a aqueles artistas brasileiros, burgueses, de educação europeia, e o contato com gente de sociedade, jornalistas e escritores, assumiram a abertura de salões e de associações culturais e recreativas. Aqueles pintores proletários faziam de tudo um pouco para ganhar a vida, de azulejaria a cemitérios, da ilustração para jornais a publicidade geral, da pintura de parede a “liso” a decorativa. Por vez estes pintores até destinavam suas telas a ampliação de seu capital social, ora doando a jornalistas, como recompensa por divulgação, ora usando para cativar clientes, engenheiros e construtores, ofertas que garantia contatos e encomendas (DURAND, 1989).

Na época de fácil acesso a artistas, jornalistas e gente da sociedade, o centro de São Paulo, era o reduzido ponto de encontro. Vindos de não longas distâncias, dos ateliês, das redações de jornais e dos novos museus, eram quase todos, equidistantes dali. Esses pintores de extração popular, os proletários, eram representados em São Paulo pelo grupo Santa Helena e no Rio de Janeiro pelo Bernardelli. Em contato com os pintores da elite, começaram ensejos de demanda por profissionalização, a partir da formação de instâncias de divulgação e consagração, pensando também na possibilidade da venda dos quadros. O que foi visto por sua criação, os Salões da Família Paulista, e pela aproximação destes artistas, a escritores e jornalistas interessados na crônica artística (DURAND, 1989).

E assim em São Paulo, como também no Rio de Janeiro a criação de novos espaços de exposição e premiação, implicava na mudança de critérios dos salões e dos júris de predominância acadêmica. Esses salões foram ganhando certo espaço junto aos modernistas até que, após 1948 eles já pudessem contar com outros espaços, como a Bienal e o M.A.M. A essa época, artistas com experiência em centros culturais dominantes, como Paris, ainda tinham um papel de mestres, situando sobre o repertório técnico e cultural, das vanguardas europeias, desde o impressionismo. Logo essa união de diferentes artistas, em São Paulo e no Rio de Janeiro, começou a resultar em convites para expor e debater em cidades como Porto Alegre, Curitiba, Salvador, Belo Horizonte, entre outras, o que gerava a formação de eventos e instâncias, continuadas e descontinuadas (DURAND, 1989).

Os pintores proletários estavam longe das opulências vividas pelos pintores burgueses. Vivendo de renda extra, tinham como arriscado, perigoso e inseguro o viés modernista; muitas vezes por isso, tomando aspecto acadêmico nas suas obras. A época de uma Europa em guerra tornava escasso, até mesmo materiais impressos e reproduções, o que aumentava

ainda mais a importância daqueles, que eram versados em conhecimentos de educação europeia. Logo estes grupos proletários, por suas relações e pela força da imprensa, começam a ganhar destaque na formação desse campo intelectual. Onde perante a pouca concorrência, com outras áreas e de pessoas nesse campo, era largo o espaço na imprensa para o comentário artístico (DURAND, 1989).

Na década 1930 ocorre um surto de periódicos jornalísticos, assim como um repentino e crescente interesse, por assuntos culturais. Época da consolidação de revistas, jornais, da diversificação das colunas, da formação do colunismo social, e de jornalistas, interessados em arte. Estes que de forma comum, autodidatas, se tornaram os críticos de arte entre os anos de 1940 e as bienais, pela convivência e aval de pessoas do meio cultural e artístico. Essa crítica à época era galanteadora, cheia de elogios, visto certa ideia de empenho e dever, da divulgação cultural na São Paulo do momento. Opiniões não positivas, só vieram após os anos de 1960, onde a oferta de críticos começava a gerar uma triagem e o amadorismo começava a diminuir (DURAND, 1989).

Em São Paulo na década quarenta, do século XX, ainda não havia se estruturado um campo de conhecimento, que disciplinassem o acesso à informação e a interpretação especializada, tudo era realizado a partir de um grande entusiasmo. É deste tempo também, na literatura brasileira, a incursão dos romances regionalistas, na prosa e no verso; o que repercute nas Artes Visuais, como tradutora visual dos contextos sociais dessas obras. Apresentando outro motivo, para esse aspecto de descobrir o Brasil, novamente com incursões pelo interior do país, e dessa vez também pelas periferias, tanto em São Paulo pelo grupo Santa Helena, quanto no Rio de Janeiro, pelo grupo Bernardelli (DURAND, 1989).

Com a recessão, a segunda guerra, e as dificuldades de acesso, o grau de influência da Europa no Brasil diminuiu, onde já crescia e começou crescer ainda mais, os polos de atração cultural e econômico, com Estados Unidos⁷¹. Continuando após guerra, eram derivadas também, dos programas norte americano de aproximação, econômica, política e ideológica da América Latina, advindos desde 1940. Veja como influência dessas relações, o fato de Nelson Rockefeller, importante banqueiro norte americano enfronhado no mundo cultural, administrador do MOMA em certo período, ser o exemplo e por vezes o conselheiro de mecenas paulistas, como Assis Chateaubriand e Ciccillo Matarazzo, na visualização das

⁷¹ Em certa medida também com México e seu muralismo (DURAND, 1989).

relações possíveis entre arte e negócios, e no potencial simbólico proveniente ao prestígio social, tão caro a homens de negócios (DURAND, 1989).

Houve também a esse momento, o despertar de iniciativas institucionais e do governo, que visavam valorizar a cultura popular e o folclore. Uma série de eventos e instâncias que começam deste modo, realizar exposições, por vezes em São Paulo e no Rio de Janeiro. Neste aspecto de descobrir o Brasil, se mostrará nas ocasiões, objetos indígenas trazidos de suas regiões, assim como a descoberta dos artistas naíf do país. Acontecimentos que começam a fomentar legitimação, visto nos investimentos, no entusiasmo e na geração de prestígio à realizadores, “gente da sociedade”, intelectuais, instâncias governamentais e os círculos culturais que começa a se formar. Junto a isso nos anos de 1950, começa a se difundir no Brasil, o surgimento da prática da educação artística, como liberação emocional. Estimulada por pesquisadores interessados na arte terapia como Osório César em São Paulo e Nise da Silveira no Rio de Janeiro. Acontecimento que penetra na pedagogia, ainda fora da rede pública, e que vai se espalhando para o Brasil (DURAND, 1989).

No campo político e econômico, o Brasil nesse período tem a derrocada da política oligárquica, em 1930, seguida posteriormente de uma ditadura de 1937 a 1945, o que configurou uma fase de rearranjo político, que beneficiou os setores ligados à economia urbana. Nesse contexto é o empresariado industrial, as classes médias e os operários, que ganharam importância como base de apoio das forças políticas do estado, base que até então eram as oligarquias agrárias. A guerra e a recessão de certo ângulo repercutem de forma positiva, pelo ritmo das atividades no período ante recessivo, na preservação do mercado interno, e na abertura para o mercado externo de artigos feitos no Brasil. O ritmo de atividade industrial cresceu muito durante a guerra, e do ponto de vista geográfico de 1920 a 1940, a indústria de São Paulo chega a suplantá-la do Rio de Janeiro, tornando sua capital o centro econômico do País (DURAND, 1989).

As antigas famílias abastadas, da economia do café, vinculam-se economicamente com imigrantes enriquecidos, seja no comércio, na indústria, na usura ou nos serviços urbanos, o que quase sempre acabava em casamento. Essas famílias cafeeiras ainda muito desintelectualizadas em 1930- 40, ao irem para cidades, logo encontravam estrangeiros para quem pedir ou oferecer sociedade, e imitar no consumo e estilo de vida. No entanto os muitos imigrantes enriquecidos, de alta extração, possuíam como referências as altas classes de onde proviam, deste modo também aqui os imitando. A acumulação de capital em São Paulo e o

número de imigrantes no meio das classes dirigentes, começa a sensivelmente aumentar o peso da média e pequena burguesia urbana, dentre a classe proprietária, o que levou um maior número de famílias a pretender um consumo mais “sofisticado”. Porém esses indivíduos das classes proprietárias, não possuíam o repertório cultural suficiente a esse consumo simbólico, de forma definida e homogênea, o que acabou sobrando para famílias realmente inseridas na importação de bens de luxo, ou no campo das atividades que envolvessem importação de capital cultural, realizar (DURAND, 1989).

O campo das Artes Plásticas realmente era constituído, por pequenos grupos da elite, porém sem grandes conquistas de promoção cultural. Nada que promovesse o agenciamento ou apoio estatal, nem mesmo o dispêndio de largas quantias de dinheiro. Era um mecenato muito incipiente. Olhando para o aspecto cultural, o eventual empenho da oligárquica paulista, diante do governo central, após a revolução de 1930 se orientou a criação de instituições de ensino superior, para contribuir na formação de um ensino político, para uma elite mais esclarecida. No entanto, aspectos incipientes no meio artístico como estes, começaram a mudar a partir da segunda metade dos anos de 1940 (DURAND, 1989).

Instâncias de consagração um negócio a se consagrar: 1947 a 1960

Figura 7- Pietro M. Bardi e Assis Chateaubriand na inauguração do MASP- 1947



Fonte: Fotografia do Site do acervo do jornal O Estado de São Paulo (1995/2018)

Tudo vai começar a tomar outro aspecto entre 1947 e 1952. Período em que temos a fundação do Museu de Arte de São Paulo (o MASP) por Assis Chateaubriand em 1947, o Museu de Arte Moderna de São Paulo (o MAM-SP) de 1948, e a organização da Bienal de São Paulo de 1951, ambos por Francisco Matarazzo Sobrinho, a fundação do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro (o MAM-RJ) por Niomar Muniz Sodré em 1949, e o primeiro Salão Nacional de Arte Moderna também no Rio, por iniciativas governamentais em 1952. Espaços que na época, se desdobraram em várias iniciativas, na realização de cursos, na formação de acervos e na promoção cultural, distanciando-se daqueles antigos salões privados da aristocracia. Veja que a fundação do MASP por Assis Chateaubriand, se insere em uma estratégia muito maior de ampliação dos Diários Associados, sua rede de comunicação. Tarefa que Chateaubriand realiza numa confluência de interesses e contatos, tanto para os investimentos, quanto para a execução do projeto (DURAND, 1989; BUENO, 2012).

Segundo Durand (1989) essas associações entre, controles de órgãos de imprensa e patronato artístico, são também comumente vistas em outras iniciativas. No Rio de Janeiro com Niomar Muniz Sodré, do grupo de proprietários do Correio do Amanhã, e a fundação do

MAM-RJ; com Adolpho Bloch na compra de obras de arte para a sede da Manchete, o que lhe rendia reportagens; com Roberto Marinho e seus parentes encomendando projetos de casa a Lucio Costa; e com o industrial Isai Leirner, que estava ligado ao conselho de administração do MAM-SP e da Bienal de São Paulo, instalando saguão de exposição e premiação de arte no jornal Folhas. Um reflexo da passagem da imprensa da fase artesanal para industrial, a moldes capitalistas (DURAND, 1989). No caso de Francisco Matarazzo Sobrinho, é possível visualizar nos empreendimentos culturais, algo de interesse no prestígio pessoal, junto à parcela social de imigrantes italianos e seu legado familiar, já que era um dos principais representantes deste contingente social (DURAND, 1989; BUENO, 2012).

Das relações internas mais afinadas com campo artístico, que podem começar a antecipar um futuro mais próximo das relações que hoje conhecemos, tenha que. Assis Chateaubriand para viabilizar o MASP, convida Pietro Maria Bardi, um marchand e antiquarista italiano, que mantinha em Roma um estúdio chamado Studio Palma, galeria que se dedicava a conservação, restauração, comércio de pintura e assessoria na montagem de coleções⁷². No caso de Francisco Matarazzo, sua esposa Yolanda Penteado, era auxílio de extrema importância, visto que garantia apoio de entidades culturais estrangeiras, necessárias desde a primeira bienal; onde se viu que convites por cartas não iriam bastar, necessitando de um serviço de gestão pessoal, junto a museus e comitês artísticos. Assim de sua posição, Yolanda Penteado se valia de relações com o governo federal, com a diplomacia brasileira, com a alta burguesia do Rio de Janeiro e de viagens para outras bienais internacionais (DURAND, 1989).

A Bienal sempre contou com contribuições particulares e governamentais, crescentes a essa época, que começou a interessar o poder público, visto seu impacto econômico e cultural. Tornou-se instância de consagração, promoção, e uma nova fonte de ensino, a aqueles sem vivência internacional. Apresentava um panorama das artes em nível internacional, onde trabalhavam pessoas que posteriormente viram a formar um meio artístico, em vias de profissionalização. A bienal vai aqui, agregar largamente em um campo institucional até então incipiente (DURAND, 1989). Veja que ainda a este tempo, houve também figuras de relevância nas artes plásticas em outros estados do país, que são insinuados, mas não focados

⁷² No proveito de um mercado incipiente e não profissionalizado, Pietro Maria Bardi, em meio ao trabalho de montagem do acervo do museu de Assis Chateaubriand, realizava discretamente trabalho de marchand colecionador, assim o trabalho de diretor do museu e *connaissanceur*, auxiliava para somar no comércio de artes e antiguidades em São Paulo (DURAND, 1989).

neste trabalho de Durand (1989), assim como levantes modernistas em outras regiões⁷³. Segundo Maria Lucia Bueno (2012) esta era uma rede de arte moderna financiada por industriais burgueses- como se viu muitos ligados ao ramo da comunicação- em São Paulo, e por auxílio governamental no Rio de Janeiro, o que era inexistente ainda em muitos países europeus.

Na relação de empresas jornalísticas em plena expansão, com instâncias de promoção artística, teremos aqui, um movimento de desenvolvimento e profissionalização dos críticos de arte. Sendo de 1949 a fundação da Associação Internacional de Críticos de Arte em Paris, e de 1951, à realização do primeiro Congresso Nacional de Críticos de Arte, no MASP, quando ainda no edifício dos Diários Associados. Também neste momento no Rio de Janeiro, se articula um grupo de críticos de arte entorno de Mário Pedrosa, íntimos com as artes plásticas e com sua vanguarda (BUENO, 2012).

É à etapa, onde se vai esboçar o florescimento de uma estrutura de mercado de arte, que olha mais ao contemporâneo brasileiro. Visto os esforços já apresentados, a um olhar direcionado para o que é nacional. Junto a ele, um desenvolvimento urbano, industrial e modernizado, aliado a aspectos de uma geração, com nova sensibilidade estética e novos padrões de consumo. Fatores de mudanças, acarretados pelas consequências da segunda guerra mundial, que como pôde ser visto, deslocou não só pessoas, mais ideias, imagens e modos de vida, reconfigurando arte e cultura. Momento de grande quantidade de galeristas e colecionadores estrangeiros, decisivos na mudança para uma cultura artística modernizada, com outros fundamentos, tanto nas artes plásticas, quanto na música, teatro, cinema e televisão. São estes que agitaram e também contribuíram a formar um segmento propício, à sobrevivência nesta profissão (BUENO, 2012).

A galeria Domus, fundada em 1947 em São Paulo, foi uma importante fomentadora do colecionismo no período. Fechada em 1953, seus efeitos ainda foram sentidos por certo tempo,

⁷³ Como por exemplo, as incursões modernistas por, Belo Horizonte, com a exposição Zina Aita de 1920, a conferência de Flávio de Carvalho de 1930, o Salão Bar Brasil de 1936, a Exposição Moderna de 1944 assim como a Escola Guignard; por Florianópolis, com a mostra Exposição de Arte Contemporânea de 1948, e o Museu de Arte Moderna de Florianópolis de 1949 (atual Museu de Arte de Santa Catarina); por Recife com a fundação do Grupo dos Independentes e seus salões em 1936 e 37, as realizações do artista Vicente do Rego Monteiro, a criação do Salão Anual de Pintura em 1942, a fundação da Sociedade de Arte Moderna do Recife (SAMR) em 1948; e ainda, outros acontecimentos em Campinas, Curitiba, Campo Grande, Fortaleza, Porto Alegre, Ribeirão Preto, Salvador, Goiânia (OLIVEIRA, 2011). Veja que em 1945 o ensino de arquitetura, o que repercutiria nas influências modernistas, que se convertem em paradigma pedagógico do curso, que se espalha para várias outras capitais do país, Porto Alegre, Belo Horizonte, Recife (DURAND, 1989).

já que, os estrangeiros que a frequentavam formaram o primeiro núcleo de colecionadores de arte Brasileira; mantendo o hábito de compras na década de 1950. Com aquisições feitas diretamente com os artistas, estes eram pessoas como o psicanalista Theon Spanudis, que doou sua coleção ao museu de arte contemporânea da USP, e o industrial Adolfo Leirner, grande colecionador de arte concreta, assim como uma série de judeus exilados. A repercussão da Domus chegou ao ponto de um de seus clientes, abrir galeria em São Luiz, Ernesto Wolf em 1958. A Petite Galerie no Rio de Janeiro de Franco Terranova, também possuiu destacada atividade comercial de bens artísticos, além de design, tornando se no Rio de Janeiro, à 1953, relevante ponto de encontro e reuniões do meio artístico (BUENO, 2012).

Estrangeiros que eram qualificados, também estavam inseridos no processo de formação, das estruturas de consagração. Isto pôde ser visto com o crítico de arte belga Léon Degand, no posto de primeiro diretor do MAM-SP. Assim como na pontuada e destacada presença dos exilados italianos após 1945, que fixados principalmente em São Paulo, possuíram certo contingente à frente da condução de galerias e da crítica artística. Diferente da Alemanha sobre regime nazista, a Itália sobre o regime fascista, possuía um espaço diferente no interior do aparelho de estado de Mussolini, dedicado às modernas artes plásticas e arquitetura. Exilados advindos da Itália, chegaram com grande conhecimento cultural acumulado, desempenhando grande papel neste cenário, agora com meios de consagração e promoção, como museus e bienais, que favoreciam a visão da arte internacional sem necessidade de sair do país (BUENO, 2012).

A este tempo coexistiam três segmentos diferentes de artistas. De modo que o uso do termo “moderno”, na São Paulo e no Rio de Janeiro de 1950, abarcava a todos eles, eram: Os modernistas históricos de 1920, de posição secundária na vida artística, como Tarsila do Amaral, Anita Malfatti e Flávio de Carvalho; os mais ponderados, ligados a um “retorno a ordem”, dos anos de 1930 a 1945, como Cândido Portinari e Alberto Guignard, em volta dos quais se organizou uma estrutura de mercado, com algumas obras de cunho social, louvadas pela crítica e pelo público comprador em formação; e por fim, a vanguarda geométrica dos anos de 1950, concretistas e neoconcretistas como, Geraldo de Barros, Waldemar Cordeiro, Hélio Oiticica e Lygia Clark, que conectados com um debate e projeção internacional, não só são os primeiros artistas Brasileiros agregados ao termo contemporâneo, como também possuíam o respaldo de museus, porém sem mercado (BUENO, 2012).

Este é momento da autonomia do campo artístico Brasileiro, com instâncias de consagração modernas, agentes especializados, exposições fixas e galerias de arte. Onde novas relações serão estabelecidas com o mercado burguês, visto agora, com outra dimensão, com um papel não mais só aristocratizante, mas conjunto a uma valorização cultural de aspiração civilizadora e com noções de democratização. Tempo onde ainda a influência da arquitetura pairava sobre investimentos e políticas, que favoreciam o meio artístico, pois era ela quem dominava o mercado moderno no país. Arquitetos e designers possuíam lojas de móveis modernos, vendendo conjuntamente obras de arte. Em São Paulo no antigo centro, No Rio de Janeiro na zona sul, Copacabana e Ipanema. De modo geral a década de 1950, tanto em São Paulo quanto no Rio de Janeiro, não conseguiu promover totalmente uma autonomia de mercado para as artes, como conseguiu com o meio artístico, conciliando sua venda junto a móveis, sustentada pela arquitetura moderna, funcionando muito como decoração (BUENO, 2012).

As condições de desenvolvimento do mercado artístico brasileiro: 1960 a 1980

Figura 8- Juscelino Kubistchek e Yolanda Penteadó na Quinta Bienal de São Paulo



Fonte: Fotografia de Athayde de Barros de 1959. Acervo da Fundação Bienal (AHWS)

A partir de 1960 existirá um conjunto de acontecimentos no meio artístico e social, que vão afetar esse campo de produção. Começando pelas sociais, temos a expansão das classes dominantes, consequência do acentuado desenvolvimento de políticas econômicas, de Juscelino Kubitschek e dos governos militares pós-1964. O que favoreceu as classes médias e altas, pelas mudanças na estrutura de produção. Houve a montagem de grandes empresas e a formação de polos industriais modernos, concentrados na região da grande São Paulo, possuíam a predominância de capital, tecnologia, cultura comercial e administrativa norte-americana. Os tecnocratas do governo e os executivos de empresas, com seus crescentes e

importantes agregados, começaram a se tornar os grupos de importância, na estrutura do poder e na composição do consumo. Ainda até os anos 1980 com ligação e influência no mercado comercial (DURAND, 1989).

Tais efeitos aumentaram os proprietários e os assalariados não manuais, na indústria, comércio e serviços, assim como as classes não populares e seus agregados. A população economicamente ativa cresceu, também a concentração de renda e de consumo. Essa população começou a ser capaz de estimular um setor complexo de bens e serviços de luxo, junto a bens duráveis de consumo e tudo o que era inacessível as baixas classes médias e populares (DURAND, 1989). A partir de dados do IBGE, do primeiro estudo sobre orçamentos familiares, Durand (1989) traz que essa classe dirigente em São Paulo, era formada pelos grupos de assalariados em cargo de nível superior: Dirigentes de empresa e órgãos do governo; empregados e profissionais liberais; empregados de nível médio e comerciantes. Juntos esses grupos eram representantes de 16,3% das famílias paulistas, porém perfaziam 61% das despesas totais (DURAND, 1989).

A escolaridade média e superior aumentou consideravelmente, consequência desse caráter de desenvolvimento. Entre 1960 e 1972 no estado de São Paulo, a população universitária cresceu 1.170%, a dos secundaristas 517% e a do ensino primário 167%. O que demonstra no período, as oportunidades maiores a camadas superiores. Houve também a esse momento, a incorporação da mulher no mercado de trabalho, a partir de um aspecto próprio, com trabalhos de possível conciliação, com ideias de “a mãe de família”. O que levou mulheres de classes dominantes, a cargos profissionais como, serviços de educação, cultura, burocracia de governo, assistência social, saúde e por vezes profissional liberal. O número de mulheres no comércio, enquanto empregadoras, também aumentou no período (DURAND, 1989). O autor Carlos Durand (1989), visualiza na história de famílias proprietárias de tecelagens e confecções, que muitas mulheres que se profissionalizaram no comércio varejista, eram de famílias de comerciantes ou de industriais, secundariamente de artesões (DURAND, 1989).

Esta questão feminina será de grande influência na formação do meio de produção artístico. Pois como atuantes no mercado de trabalho e agregadas de classes dirigentes, passaram a formar, não só um lugar por onde observar o aumento de hábitos de consumo, como roupas, ornamentos e serviços domésticos, que antes realizava; mas também o lugar de passagem das famílias do meio industrial para o meio comercial, ou mesmo, para ambos. Eis

que também por elas, que seus segmentos, começaram a formar um capital de gosto, e de disposição estética, que se desdobrará na procura por sofisticação em consumo e estilo de vida, assim como por cursos de arte, arquitetura e decoração (DURAND, 1989).

Fenômeno dos grandes centros urbanos na década de 1970, a educação pré-escolar, rapidamente atraiu as categorias sociais próximas ao polo cultural: professores, jornalistas, artistas, profissionais liberais, assim como modernos comerciantes e industriais. Mesmo que muitos estabelecimentos públicos viessem a oferecer o serviço posteriormente a 1975, o autor (DURAND, 1989) salienta os ambientes privados, oferecidos a um público pagante, pela sua rotineira inclusão de brincadeiras e exercícios artísticos. Ambiente onde estavam empregados em grande quantidade, jovens diplomados em pedagogia, psicologia, artes e cursos similares, instruídos a algum pretensão tipo de pedagogia favorável (DURAND, 1989).

Deste modo começa a se formar ali um meio extra familiar, por onde as crianças têm contato com as artes plásticas, suas ferramentas e algumas práticas. Podendo fomentar relações futuras com o meio artístico, assim como a dispersão do amadorismo, o que antes era atribuído, somente a prendas domésticas do universo feminino. Gerados por essa via e auxiliados pela continuada educação artística, no ensino secundário oficial, essas práticas por vez ganha repercussões futuras, com a crescente oferta na época de cursos de arte, tanto para as crianças, quanto para o magistério (DURAND, 1989).

O mercado de revistas também toma impulso, principalmente de assuntos femininos. Consequência do crescimento da escolaridade, nas classes médias e altas, da profissionalização feminina, e da organização capitalista de bens e serviços, até então não mercantis. Por isso, não só os “assuntos femininos” reivindicavam administração própria, mas também a partir de 1970, editoras lançaram materiais voltados a faixas de escolaridade secundária e superior. Onde gêneros da cultura erudita foram popularizados em fascículos, muito pela diversificação no parque produtivo. Fato também derivado da primordial publicidade conseguida, por produtos e serviços, direcionados a tais consumidores. É por esta via que aparece, os fascículos de arte, muitas vezes adaptações importadas, como é caso de Gênios da Pintura, da Abril Cultural de 1967. Também com ampla cobertura publicitária. Junto a eles catálogos e revistas de arte mais especializadas, como a Arte Hoje e Arte Vogue, descontinuadas pela baixa receita publicitária, começaram a aparecer nesse momento, tentando atingir propensos e efetivos colecionadores de arte (DURAND, 1989).

A essa época também já era relevante, o volume de materiais encontrados no Brasil, para a prática artística e de desenho técnico, substituindo a importação. É possível ver nesse período, entre 1960 e 1980, um gradativo e relevante aumento no número de artistas e seu percentual feminino. Tomando por base os dados do recenseamento ocupacional do IBGE, o qual categorizou a ocupação a partir de horas trabalhadas e seu ganho, Durand (1989) demonstra, o alargamento de atividades como decoradores, arquitetos, fotógrafos, artesãos, cinegrafistas, além dos já comentados artistas, na rubrica escultores e pintores. Segundo o autor esse aumento cumpre uma grande influência no repositório, de disposições estéticas (DURAND, 1989).

O país ganha estrutura para mercantilizar uma série de bens e serviços, que até então eram relegados à importação de grandes clãs e famílias da oligarquia. Introdutores necessários destes bens, e referência nas práticas desse consumo. Foi à profissionalização do intermediário cultural, de bens de luxo e congêneres, as rotinas nas importações, melhor transporte aéreo, comunicação, correio, revistas, agentes de turismo, trocas de dados de clientes, catálogos de produtos e fornecedores; o que minou, com o interesse da imprensa e da sociedade, sobre aquelas altas classes e suas práticas sociais (DURAND, 1989). Isso começa também segundo Carlos Durand (1989), a deslocar sensivelmente o peso do prestígio, para o discurso autorizado e especializado, retirando um pouco, a carga dos empreendedores entusiastas daquele antigo período.

A profissionalização e o surto do mercado de arte no Brasil

Figura 9- Vista aérea da cidade de São Paulo (Detalhe)



Fonte: Fotografia de David Zingg na década de 1970. Acervo do IMS (2014)

Será a partir destes acontecimentos, do grau de relações que promoveram na conjuntura da época, que surgirá o surto do mercado artístico brasileiro. Nesse momento o mercado de antiguidades já fora alargado, tanto pelos estímulos do “antigo” e do barroco Brasil colônia, quanto por aqueles objetos importados do final do segundo reinado e começo da república. Esses objetos também se tornaram mercadoria no mercado artístico, passíveis de serem decoração e colecionáveis, sobretudo no período de guerra e da crise 1930. Em período aproximado de 1939 a 1965, em São Paulo teremos na figura de José Florestano Felice, a atuação de um marchand, antiquário e leiloeiro, de importante observação. Com lojas em períodos distintos, próximas ao centro, mais especificamente na Rua Barão de Itapetininga, na Praça da República e na Rua da Consolação, Florestano Felice também costumava realizar leilões, em edifícios que a credibilidade do bairro e da família proprietária, agregava aos objetos que ali, serviam de decoração. A essa época estes objetos ainda não possuíam o grau autônomo de valorização que possuem, e estes edifícios alugados, eram desabitados pelas famílias abastadas (DURAND, 1989).

A este período em São Paulo, as galerias realizavam largamente o comércio de oleogravuras, e pinturas de feitura acadêmica tardia. Com um levantamento nos jornais da

época o autor Carlos Durand (1989) elenca seis galerias ativas em São Paulo à 1951⁷⁴. Sendo a galeria Domus em 1947 a primeira no gênero de arte moderna, dos proprietários Ana Maria e Pasquale Fiocca, que eram amigos de Ciccillo Matarazzo. A essa época a galeria Domus funcionara, segundo José Armando Silva (2017), enquanto o principal espaço de exposição de arte moderna até a inauguração do MAM. O número de galerias gradativamente se renova e aos poucos aumenta. Em noticiário de 1954 outras cinco novas galerias aparecem⁷⁵. Em 1959 e 1961, já se começa a visualizar um deslocamento do comércio de luxo em São Paulo, começando a seguir sentido centro até se instalar no bairro Cerqueira César (Durand, 1989), ambiente a onde não só a época do trabalho de Durand, mas ainda hoje, concentra relevante número de galerias, veja mapa em anexo. Essa nova localidade, são os corredores de acesso aos bairros de alta burguesia, o bairro Jardins, em vias de plena ocupação no período (Durand, 1989).

A esse momento, segunda metade da década de 1950 e início da de 1960, começa a aumentar o número de galerias dedicadas à arte moderna, de modo que se pode começar a ver uma série de confluências e empreitadas, surgindo no campo artístico por seus incipientes atores do período. Galeria Terneiro, do Pintor e designer Joaquim Tenreiro, também comercializando móveis; a galeria Astreia, uma sociedade entre Carlos Rizzini, diretor dos Diários Associados, e Stephan Geyerhahn, ambos com experiência no comércio de livros de arte; galeria Sistina, de Arturo Profili, ex-funcionário do MAM-SP; galeria Selearte, iniciada por Biágio Motta, ex-secretário do MAM-SP, e pelo ex-tesoureiro e contato do MAM-SP Giuseppe Baccaro; a galeria Novas Tendências, de um grupo dos artistas concretista, advindos de uma, Associação de Artes Visuais Novas Tendências; a galeria Solarium, de Biágio Motta o mesmo ex-secretário do MAM-SP; a galeria Seta, de um casal do campo artístico, Pedro Manuel Gismondi, crítico de arte e Maria Cecília M. Gismondi, gravadora e desenhista, assim como uma das duas sócias, Neide Bonfiglioli, uma pintora de uma família de industriais e banqueiros. É o período do declínio das galerias acadêmicas e da inserção das galerias de arte moderna, junto ao ambiente do comércio de luxo (Durand, 1989).

⁷⁴ A saber, as galerias elencadas no levantamento de José Carlos Durand são: A Itá, de um marchand francês de nome Bénéteau; a Rio Branco; a Sete de Abril, com esta e as anteriores na Rua Barão de Itapetininga; a Brasil, na Rua Cons. Crispiniano; a Prestes Maia, sob o Viaduto do Chá, local cedido pela Prefeitura a uma associação de pintores acadêmicos; e a Domus, na Rua Vieira de Carvalho (DURAND, 1989).

⁷⁵ São elas: IV Centenário, na Av. Nove de Julho; Jean Jacques, na rua da Consolação (que anunciava pinturas “nacionais e estrangeiras”; Martin Jules, na rua Augusta; a Portinari, que anunciava pintura do grupo Santa Helena; e loja chamada Antigo Novo, na rua Basílio da Gama, que oferecia objetos de arte popular brasileira, incluindo cerâmica nordestina e indígena (Durand, 1989).

Este avanço de galerias de arte moderna segue até meados de 1964, com galerias em São Paulo, mas também no Rio de Janeiro, como: A Galeria Bonino de Giovana Bonino de 1960, onde seu marido também possuía uma galeria em Buenos Aires; a Petite Galerie de Franco Terranova, também de 1960; e a Galeria Relevo de Jean Boghicci de 1964, amigo de artistas neoconcretos. Sendo as duas primeiras, projetos arquitetônicos de Sérgio Bernardes, e a Bonino, a primeira no Rio de Janeiro a trabalhar exclusivamente com obras de arte. Foram às galerias de arte moderna deste período, que promoveram uma classificação da arte não acadêmica, que se tornaria a base da construção de uma história da arte moderna brasileira. Um primeiro avanço neste sentido foi “Profile Of The New Brazilian Art” escrito por Pietro Maria Bardi e editado pela livraria Kosmos, do mesmo proprietário da galeria paulista Astreia, Stephan Geyerhahn. Era um mercado onde predominavam Europeus, muitos vindos para o trabalho técnico, na estruturação dos meios de consagração e promoção, museus e bienais. Com a contínua leva de compradores estrangeiros de origem judaica (BUENO, 2012).

Era comum a este tempo a inexistência, de políticas de exposições em galerias, assim como a ausência de programas, ou seja, a não consideração estética nas obras comercializadas. Eram produções segmentadas, onde coexistiam o comércio de figurativos, regionalistas, abstracionistas informais, concretistas e neoconcretos. Segundo galeristas da época, o que levava a seleção de um artista era sua popularidade, não havia iniciativa de classificação da produção. As Galerias no Rio de Janeiro, Bonino e Petite, também expunham a vanguarda contemporânea, angariando certo prestígio entre a crítica institucional, porém sem aceitação comercial, trabalhavam especialmente com os consagrados da época. Essas galerias trabalhavam muito com consignação, e com uma comissão de 30%, não sendo habituadas a adquirirem obras. O processo de aquisição era mais frequente até 1963, posteriormente a isto um público de compradores em ascensão, poucos espaços comerciais e a realização de vendas independente de grandes estratégias comerciais, contribuíram para sua diminuição (BUENO, 2012).

Uma novidade em galerias cariocas, Bonino e Petite, já a 1960, era a política de vendas com financiamento bancário. Também havendo, a contratação de artistas de grande nome, que só parou perante as vantagens vistas no sistema de coleta. O sistema de coleta foi uma alternativa ao sistema de contratos, ocasionado por um aumento da demanda de artistas modernos. No governo de João Goulart, a aceleração do processo inflacionário e a desaceleração do crescimento econômico, gera um sentimento de instabilidade política,

levando investidores a querer meios seguros para aplicar capital; assim agentes do mercado artístico carioca, organizam formas de cooptar parte destes investimentos. Isso a 1962, período onde pela primeira vez, o Brasil vê o preço de um artista seu, subir subitamente de quatro a cinco vezes, período da morte de Candido Portinari e Alberto da Veiga Guignard. O colecionador pensa em não perder tempo, aumentando no Rio de Janeiro uma demanda por artistas modernos, e o marchand em estratégias para supri-la, e entre elas estava à contratação. Com relevantes contratos feitos pela Bonino e pela Petite, Jean Boghicci da galeria Relevo, encontra saída na coleta de obras antigas de grandes mestres e modernistas esquecidos, a partir de anúncios em jornal, da procura e compra (BUENO, 2012).

Coletando obras em São Paulo, Rio de Janeiro e Paris, a Relevo também produziu catálogos de luxo com reproduções de obras, enviando a possíveis compradores. Iniciaram políticas de retenção de produções importantes, e organizam de vendas para suprir o mercado sem inflacioná-lo. O que logo a esta época no Rio de Janeiro, foi sendo seguido por outras galerias, onde se realizava a aquisição de artistas vivos, consagrados e consignava os contemporâneos sem grande mercado, como os concretos e os neoconcretos. É por esta via que artistas modernos esquecidos começaram a ser resgatados pelo mercado, por exemplo, Ismael Nery, Tarsila do Amaral e Anita Malfatti. Alguns artistas vivos na época, porém de idade avançada, com problemas financeiros e sem controle da própria produção (BUENO, 2012).

Ao início dos anos de 1960, teremos, após avanço das galerias de arte moderna, o início dos leilões de arte, começando como iniciativa de caridade. A 1959 o Jornal do Brasil no Rio de Janeiro, organiza um leilão beneficente no MAM-RJ, com obras de artistas dos anos de 1930 e 40, sendo um sucesso de vendas. Em São Paulo a 1961 ocorre o primeiro, para colaborar com a construção de um hospital, realizado pelo Departamento Feminino da Comissão Pró-Edificação do Hospital Albert Einstein. Com jornal na época anunciando como, o maior evento de artes plásticas desde a Bienal, este evento paulista rendeu 13,8 milhões de cruzeiros, realizado pela comunidade judaica de São Paulo, logo foi seguido pelo desenvolvimento de outros por outras instituições no mesmo caráter filantrópico (DURAND, 1989; BUENO, 2012).

Com acesso a larga quantidade de informações, Giuseppe Baccaro, aquele ex-tesoureiro e contato do MAM de São Paulo, principal marchand deste período de leilões de caridade, e do avanço da arte moderna em galerias, assessorou a parte de vendas da Bienal há certo

tempo, e teve acesso as possíveis preferências e listas de clientes. Tais trunfos, o levaram a não só abrir a galeria Selearte, que tinha música, bar e ambiente diferenciado, mas também a perceber a oportunidade de realizar leilões abertamente comerciais. Vendo que, a arte moderna começava a interessar a classe burguesa, sobretudo os Judeus (DURAND, 1989). Tornando-se ele o primeiro com uma casa de leilões, que trabalhava com artistas modernos (BUENO, 2012).

Mesmo rendendo pouco, a partir de 1965, Giuseppe Baccaro, começa a fazer leilões, chamando aquele importante antiquário, Florestano Felice, para realizá-los; para tanto, compra pinturas modernas em lotes a preços irrisórios. Baccaro ainda fixava cotações, incorporava bons e maus pintores, cativava colecionadores, inseria artistas em coleções e decorações em curso, muito pela pouca atuação de outros no mercado. No entanto o número de lotes vendidos em leilão eram muito baixo, sendo ainda somente dois ou três leilões realizados ao ano. Obras que foram valorizar após 1971, não despertavam o interesse nesse tempo, sem nenhum lance muitas vezes ficavam Di Cavalcanti, Portinari, Ismael Nery, Gomide, Guignard, Volpi, Rebol, Graciano, até mesmo autores acadêmicos como Pedro Américo, Batista da Costa, Visconti e Décio Villares, retornavam, sem lance algum. É um momento em que pintores modernistas ainda têm dificuldades para vender suas obras, por relatos da época, recobre-se que a esse momento, 1966, Tarsila do Amaral ainda possuía em casa obras como o *Manacá* e o *Abaporu*. Uma etapa de euforia em São Paulo viria com os anos de 1970, após o período dos leilões (DURAND, 1989).

Leilões vão se tornar constantes assim como a cobertura jornalística, que começa a divulgar periodicamente, altas cifras alcançadas, e o interesse das revistas de negócios, iniciando comentários de espirais de valorização. Até que surge à figura de José Paulo Domingues da Silva, e sua rápida ascensão desde a fundação de sua galeria em 1969, a Collectio. De certo modo sua ascensão e contribuição para criação da euforia do mercado de arte em São Paulo, em alguma medida devem relações à crise da bolsa de valores em 1971. Onde interpela os sistemas bancários e ao mundo dos negócios, abrindo linhas de financiamento para aquisições, e trazendo capital especulativo do mundo dos negócios para o mercado de arte. Assim outras galerias também começaram a ganhar com isto, as salas de leilões começaram a encher, tudo, a despeito de ser Paolo Businco, ex-advogado, empresário falido e suspeito de estelionato na Itália, verdadeiro nome de José Paulo Domingues da Silva, um marco do funcionamento do mercado de arte no Brasil (DURAND, 1989).

Mesmo que José Paulo Domingues da Silva ou melhor Paolo Businco, viesse a falecer logo em 1973, cheio de incontáveis dívidas, o período de sua atuação repercutiu em algumas mudanças nesse meio de produção. Começou a se criar uma estrutura diferenciada para atender demandas, de público um crescente, exigindo dos marchands postura diferenciada com relação aos produtos. Daí se desdobra salões mais elegantes, catálogos luxuosos, localizações prestigiadas, serviços de bife, listas e convites a colecionadores, maior cobertura da imprensa, linhas de financiamento bancário; a oferta de obras foi aumentando e logo leiloeiros começam a sobrepor marchands na precificação e na elaboração de preferências. A esta época nem todo leiloeiro conseguia trabalhar exclusivamente com arte, importante nome do período é também o leiloeiro Irineu Ângulo, que presidiu importante quantidade de leilões no período (DURAND, 1989).

Como se não bastasse os desdobramentos já expostos, outras razões levaram a uma contínua oscilação de preços após uma retraída em 1974, assim como o questionamento sobre a qualidade das obras. Bancos e financiadoras começam também a financiar marchands, na compra de obras de arte, tornando a atuação pouco rígida; o número de leilões aumenta assim como a demanda por obras; obras arrematadas há pouco tempo começam a reaparecer nos leilões; obras de pouco prestígio começam aparecer largamente, críticas sobre as mesmas também, assim como a distância entre custo e faturamento; surge uma hierarquia entre leilões pelo cuidado da seleção dos produtos, os leilões para públicos modestos e os para seletos; proeza que pôde ser vista na regularidade de leilões. No entanto depois do surto de 1971 a 73, ano do polêmico fim da Collectio, com a súbita morte de Paolo Businco, do fim do financiamento de marchands, e do consequente recuo de 1974, o crescimento passa a ser oscilante, e a curva de preços não mais acompanha proporcionalmente a dos leilões (DURAND, 1989).

Deste modo, a esse momento, temos o surgimento do segundo movimento de formação de galerias. Não mais concebidas somente daquelas antigas distinções, modernos ou acadêmicos das de 1949 a 1965, mas a partir de 1967, progressivamente surgem com especializações até então inéditas, por exemplo, gravuras, esculturas. Veja que é o tempo da valorização dos modernistas da primeira geração, que galerias começaram a se anunciar como comerciante de artistas jovens, de valores jovens, de importantes colaboradores culturais, e da inserção em vanguardas. As obras acadêmicas a esse tempo não perderam seu mercado,

continuaram, se deslocando para o antigo centro de São Paulo, quando não para o interior do estado, se associando mais a bairros de classe média (DURAND, 1989).

Outro aspecto de mudança no período foi à extração dos marchands. Diferentes daqueles pioneiros de origem estrangeira, viajando a cidades e atentos a possíveis mercadorias de luxo, se valendo de rara educação estética no país e de vínculos de nacionalidade estrangeira, o marchand deste momento tem outros aspectos. De origem brasileira, por vezes dos clãs burgueses, são banqueiros, industriais e profissionais liberais, que se valendo além de formação estética e de domínio de gosto, contaram, com as de amigos, conhecidos e parentes, trabalhando nessa atuação. Como dito por Durand (1989), uma atuação que se tornará mais um empreendimento familiar. São antigos funcionários de museus, do comércio de obras de arte, artistas amadores, estudantes de artes plásticas, arquitetos, decoradores, parentes de artistas e claramente mulheres; distinção de gênero concebida não só por sua rápida inserção no mercado de trabalho, mas também por uma lógica própria na atribuição de suas possibilidades, nas classes médias e altas (DURAND, 1989).

Do mesmo modo, a extração dos críticos de arte no período, no surto do mercado artístico de 1970, é diferente. Não mais escritores e intelectuais de projeção do pós-guerra; não mais diplomados com experiência internacional, incumbidos de crônicas artísticas; não mais colaboradores da construção de bienais, museus ou centros de cultura; não mais de famílias situadas nas "elites" culturais e econômicas. Eram agora jornalistas, os quais os periódicos deveriam desenvolver na própria redação, alguns partindo do noticiário, sem o respaldo cultural dos anteriores. Distante de um meio artístico como o da geração heroica, onde críticos celebravam artistas como, Portinari, Di Cavalcanti, Lasar Segall ou Anita Malfatti; os críticos deste período encontram um contexto agitado, por um visível afluxo de dinheiro, leilões e galerias, grandes e pequenos escândalos, dúvidas quanto “essência da arte” e suas “funções sociais”, do empobrecimento dos salões e bienais, assim como de autoritarismo político e de censura à imprensa (DURAND, 1989).

Estes novos críticos de arte, tendo que se desdobrar para complementar a sua renda, eram júris de salões e escritores de catálogos; e apesar de inserção que lhes rendia prestígio, no meio artístico, não possuía largo caráter de influência. Os mesmos afirmavam que suas opiniões em jornais Paulistas e Cariocas, não repercutiam de modo consistente, sobre valores praticados, na venda de obras. Sendo neste período no país, difícil relacionar altos ou baixos valores de venda, as espécies de exercícios literários, realizados por críticos. O mesmo não se

pode dizer porém, do impulso na carreira do artista, gerado pela presença em colunas “sociais”, já que o artista é “gente de sociedade”, atraente aos meios de distinção social (DURAND, 1989).

Neste período é preciso também tomar-se nota dos Salões de arte, resultado de iniciativas locais, quase sempre de prefeituras, das principais cidades e capitais do interior do país. Muito pelo alagamento do número de pretendentes à carreira artística no período. Eram quase em sequência a esta época, durante todo ano, em número relevante e com seus baixos valores de premiação. Os salões acumulavam críticas tanto dos jurados e dos críticos, que reclamavam das extensas quantidades de obras e inscritos, quanto dos candidatos, os artistas, que reclamavam das baixas quantidades de prêmio, e das variáveis formas de avaliação estética. Tais tendências os levaram a gradativa redução do poder de consagração, tornando o início da carreira dos pretendentes mais difícil e custosa. Para além destes existia ainda o Salão Nacional de Artes Plásticas, que precariamente, era mantido pelo governo federal (DURAND, 1989).

No processo de formação, desta rede comercial do mercado artístico, pôde ser observado dois perfis diferentes de galerias. Um primeiro de conduta operacional espontânea, focado na valorização cultural e em seu aspecto mundano, das quais as galerias paulistas de 1958 a 1962 são um exemplo relevante. E um segundo que já procurava desenvolver estratégias comerciais, e que promoveu um padrão de organização, que foi crucial como se vê, para estruturar o primeiro mercado de arte contemporânea brasileira (BUENO, 2012). Dois perfis e modos de operação que entenderemos, a partir de uma lógica interna própria deste mercado, vista no capítulo quatro. São empreendimentos de ciclo de produção longo e empreendimentos de ciclo de produção curto (BOURDIEU, 1996).

O mercado de arte enfrenta dois momentos diferentes. O de formação, onde marchands individualmente formam sua clientela restrita, reunindo grupos de artistas para atendê-la. E o de unificação, onde que por vendas públicas, pelas possibilidades de investimento, e pela formação de cotações, se consta a organização de um mercado formal e informal, sobre revendas de obras consagradas a fração mais rica da clientela. Demonstrando assim o importante papel desempenhado pelos leilões no mercado de arte, já que são eles importantes formadores de cotações, e de preços de referência, por onde a média dos preços praticados em vendas, vai se tornar tão mais aceitável, quanto maior for o número de vendas (DURAND, 1989).

Para Durand (1989) a noção de mercado de arte, no singular, deve ser aplicada quando minimamente já se tenha atingido o segundo momento, o de sua unificação. No entanto para presente pesquisa, pouco favorece observar o contexto nacional na busca do ambiente de tal atividade, o segmentando em dois momentos. Visto que, em alguns territórios é incipiente mesmo a primeira etapa, quando é que existente. Assa evolução de mercado também dependente, da massa de valor honorífico, de prestígio, atribuído a seus autores e aos preços de mercado de suas obras. Como entenderemos a idade do campo artístico. Fato que leva marchands a intervirem nessa formação, aproximando crítico a artista, e reunindo opiniões autorizadas que são favoráveis (DURAND, 1989; BOURDIEU, 1996).

Processo que ocorre nacionalmente, ativação das revendas e uma unificação do mercado, constatado por dados em 1979, onde se verificaria operações mais “naturais” do mercado. Se alcançando consensos mínimos entre o círculo de compradores, este restrito, sobre as cotações e as facilidades da revenda, o que ainda levou ao abrandando dos recursos utilizados no começo. Onde agora se possui preços mais sólidos, e valorização mais estável, um pouco mais longe de falsas propostas de compras, como lances fictícios, e dos preços artificiais, como aqueles incondizentes com a posição na hierarquia cultural do artista- que por sua vez não é separado da própria posição dessa hierarquia, na hierarquia internacional de centros culturais reputados⁷⁶ (DURAND, 1989).

Sobre algumas diferenças, cooptadas entre São Paulo e Rio de Janeiro, na formação destes mercados, dessas redes comerciais, destaca-se que. Segundo Maria Lucia Bueno (2012), São Paulo em seu acelerado processo de desenvolvimento urbano e industrial, permaneceu neste aspecto mais atrasada e conservadora do que o Rio de Janeiro. Segundo consta, com uma relação prejudicialmente provinciana, entre burguesia e o segmento culto paulista. O que levava o comércio artístico paulista a estar muito atado, a um desenvolvimento associado a eventos sociais, priorizando uma vivência cultural a objetivos comerciais, funcionando muito como locais de encontros intelectuais. O que no Rio de Janeiro, se organizou em direção a uma atividade mais conscientemente comercial, seja pelo caráter cosmopolita da cidade ou pela força de seu turismo (BUENO, 2012).

É importante salientar também que, o surto do mercado artístico no Brasil, por influência do estado de “anomia estética”- processo do efeito de esgotamento dos movimentos

⁷⁶ Hierarquia explicada no capítulo 4.

de contestação das vanguardas sucessivas dos anos de 1960 e 1970, nos países de capitalismo desenvolvido- não teve uma vinculação ou correspondência com o estado. No Brasil não houve, a esta época, um contrabalanceamento feito por intervenção do estado, nem em nível de subsídio à produção corrente, nem no nível de montagens de coleções. De modo que não houve forma de profissionalização se não através do mercado, assim como não houve, o impedimento da tendência de privatização, de obras consagradas em coleções particulares (DURAND, 1989). Efeito que contribui ao consequente número de obras em acervos particulares hoje no Brasil.

Durante muito tempo, ainda aos anos de 1970, a maior parte de obras modernistas e acadêmicas, ainda se encontravam em coleções particulares. Este mercado se orientou por estratégias, a partir de leilões, muito associado e adequado ao mercado de luxo e bens raros. Foi um mercado basicamente guiado pelo comércio de arte moderna nacional, usado na ostentação da burguesia paulista, e na produção de valor comercial pelos cariocas. Meio pelo qual se deu a valorização comercial dos artistas acadêmicos e modernos, a história da arte moderna brasileira e a promoção da arte contemporânea nacional. O sucesso e os substanciais lucros da arte moderna nacional, e o desenvolvimento internacional da arte contemporânea Brasileira, não levou agentes do mercado a se interessar pelo circuito internacional, nem para promover a produção do país, nem para comercializar a internacional. Relação com o mercado internacional, deixada na mão dos artistas, que duraria até os anos de 1990 (BUENO, 2012).

Os financiamentos do estado em cultura, por muito tempo se concentraram em atividades, que não conseguiam a geração de receita suficiente para sua automanutenção. Apoio a gêneros falidos nesse sentido, como a música clássica, o cinema de “arte”, o teatro entre outros. O que foi diferente no meio das artes plásticas, já que o apoio se direcionou rumo aos segmentos museológicos e institucionais, assim como aos mais financiados salões. Processo oriundo, da “desacademisação” das artes plásticas e do progresso, de seu generoso mercado (DURAND, 1989). Para além disso, é interessante observar que os anos de 1970, possuem grandes quantidade de empreendimentos privados nos campos de indústrias como a fonográfica, a editorial, e a televisiva. Estas, recebendo incentivos governamentais, por se aderirem a formas de propagação de uma nação integrada, objetivo do regime novo; podendo funcionar como instrumentos de segurança, controle e centralização simbólica (DURAND, 1989).

Considerações

Como vimos neste capítulo, o tratado mercado de arte, é atividade que toma impulso em meados de 1890 na França, e repercute de modo internacional, também se caracterizando no Brasil. Apesar de produto da busca por independência de artistas na França, desligando-se do estado e ligando-se a um novo público, no Brasil é modalidade de feitiço importado, fruto da influência e atuação daqueles, que tiveram contato com a atividade externamente. Do período anexo ao estado, até o seu abandono, mais do que desvinculação, passando pelas elites e ganhando força para novamente, interessar ao estado, tal tipo de atividade no Brasil, sempre teve eixos internacionais. Até que um surto em 1970 pudesse fazer dele, exercício independente, com profissionais próprios do país, e oferta e demanda considerável.

Ao relato de parcela que tenta ser esclarecedora, do histórico do mercado de arte, no Brasil e fora dele, as passagens apresentadas abarcam momentos não só, da estrita comercialização de obras de arte, como também de um dos possíveis universos de confluências que o interferem. Desde a época do segundo reinado, do pouco incentivo ao consumo cultural feito pelo imperador e sua academia de belas artes, até o momento dos grandes contingentes de compradores estrangeiros, e o desenvolvimento da arte contemporânea Brasileira. São passagens que objetivam desvendar, a possível origem e modo de formação desta estrutura comercial, atuante de modo internacional em nossos dias.

A respeito de algumas passagens, que possam auxiliar a presente pesquisa em olhar comparativo, entre o mercado de arte em São Paulo e aquele fora dele, assim como do Rio de Janeiro, poucas menções históricas são apresentadas nessa formação. Pode se ver entre elas, a introdução de pintores estrangeiros no interior do país na segunda metade do século XIX, buscando superar suas dificuldades financeiras. A inserção de revistas estrangeiras de moda, que chegavam ao Brasil por livreiros franceses, na segunda metade do século XIX, não só em São Paulo mais também em outras cidades, como Curitiba. As academias de belas artes de obscuros resultados da segunda metade do século XIX e início do XX, como a da Bahia, a de Porto Alegre, de Manaus, Belo Horizonte, Para e Curitiba. A inserção no interior Brasileiro em meados da década de 1930, com o apoio do governo, de intelectuais, e dos arquitetos, se desdobrando em algumas iniciativas nestes espaços, como o turismo, a formação de algumas galerias e a presença de artistas. A expansão da arquitetura moderna posteriormente a 1930, como meio de instrução artística. E os convites a exposições e debates, para artistas cariocas e

paulistas, em meados da década de 1930-40, em eventos de cidades como Porto Alegre, Curitiba, Salvador e Belo Horizonte.

Estas formas de incursão das artes plásticas pelo interior brasileiro, claramente olhado de pontos de vista específicos, como, a partir de São Paulo ou do Rio de Janeiro, insinuam algumas das várias formas de relação, do histórico do interior brasileiro com o meio artístico. Eixo possível de disposições estéticas e culturais inseridas no interior do país. Sem contar as mencionadas relações dos variados tipos de instituição com o retrato, deste os fins do segundo reinado, assim como a arte religiosa, ambas também atadas nesta relação. No entanto, tais formas de relações apresentadas, e claramente outras existentes de que seu estado atual é resultado, não foram promovedoras da existência de um mercado de arte descentralizado. Tendo seu desenvolvimento principalmente nas cidades do Rio de Janeiro e São Paulo, onde que, o descrito capítulo nos apresenta as etapas sucessivas de seu desenvolvimento nestas localidades.

O histórico do desenvolvimento desta atividade comercial pôde nos apresentar algumas evidências, do por que este mercado estar concentrado nestas duas cidades, São Paulo e Rio de Janeiro. Visto nas relações com meios de poder, tanto cultural como econômico. Além das pontuais representações em capitais, historicamente aqui também citadas, como Belo Horizonte e Curitiba. No entanto, somente este histórico não é capaz de revelar, o motivo de tais atividades comerciais não terem se desenvolvido, de maneira ao menos minimamente semelhante, como nestas duas capitais. Ou seja, por qual razão não estiveram em outras regiões do Brasil, e por quê depois de vários desdobramentos do mesmo, ainda não estão. Claramente a despeito de características como, o volume de capital excedente em circulação- ligado ao nível de modernização e consolidação capitalista de uma sociedade- e os segmentos sociais que possam promover tal consumo- ligado a sociedades cosmopolitas onde, a distinção está relacionada a estilos de vida e não ao pertencimento a elites ou a grupos tradicionais – condições que são citadas por vários autores, como pré-requisito para constituição deste mercado (BOURDIEU, 1996; DURAND, 1989; CAUQUELIN, 2005; BUENO, 2012).

Porém para além desses pré-requisitos à existência de um mercado de arte, outra característica deste, que contrasta as anteriores, é o também citado formato internacional de funcionamento na atualidade, de modo desterritorializado (BUENO, 2012; CAUQUELIN, 2005; FIALHO, 2014). A ausência ampla da presença de tal atividade, na atualidade, em cidades além de São Paulo e Rio de Janeiro, começa a ser curiosa, também devido à aspectos

e mudanças possíveis como: A perpetuada insistência de um olhar diferenciado sobre a cultura erudita, como civilizadora e democratizante (BUENO, 2012; JORDÃO, 2012); o empenho na promoção de tal olhar, promovido pelo governo, por intelectuais e pelas atividades relacionadas a arte educação, como repositório de disposições estéticas e culturais, em parte visto no trabalho de Durand (1989; JORDÃO, 2012); a expansão das oportunidades de inserção no meio artístico e seu aprendizado, por exemplo nas universidades (Durand, 1989); as características da promoção midiática, do meio artístico e do comércio de obras de arte (MOULIN 2007; CAUQUELIN, 2005; THORNTON, 2010, 2015); e por fim as facilidades de acesso, à informação via internet, sobre e para o desenvolvimento dos aspectos citados acima.

Movimentos de um estado presente em constante mutação e ampliação, onde fatores como os mencionados, acabam somando a falas de agentes na atualidade, sobre a concentração geográfica deste mercado e sua fina relação com políticas públicas. Tamara Perlman diretora da PARTE Produções Culturais, realizadora da Feira PARTE, na trigésima nona edição da revista de arte Select (2018), percorrendo a respeito da recente empreitada ArteBH, feira de arte em Belo Horizonte realizada pela primeira vez em 2018, comenta que:

Há um desequilíbrio no sistema de arte no Brasil, concentração do mercado em São Paulo, enquanto a produção e difusão estão distribuídas pelo País. De fato, a mais colecionadores em São Paulo. Não por acaso, a cidade está saturada de feiras. (SELECT, 2018)

Mencionando ainda, mapeamentos de outras cidades que apresentem potencial para tal mercado, onde realizar pequenas feiras como esta de Belo Horizonte, cidades como Brasília, Curitiba e Goiânia (SELECT, 2018). Localidades que apresentam potencialidades não negligenciáveis, ranqueadas com altos índices de desenvolvimento humano, grande produto interno bruto, e relevantes relações de despesas e rendimentos médios mensais, por suas famílias abastadas (IBGE, 2017).

Porém ao observar mais atentamente a relação de despesas e rendimentos totais médios mensais, das famílias abastadas, das capitais dos estados do Brasil, pode-se aprender de forma um pouco mais realista, o caráter da situação. É comum no meio artístico, visto tanto em pesquisas de campo do presente trabalho, quanto no ambiente universitário frequentado, que a resposta do senso comum, mesmo de agentes ativos no mercado, a pergunta: “Por qual motivo

o mercado de obras de arte no Brasil, se concentra entre São Paulo e Rio de Janeiro?” Se já sempre: “Por causa do dinheiro.” Ao insistir: “Mas de quanto dinheiro?” Recebe-se de forma mais abstrata e empírica ainda: “De muito dinheiro... Muito”. Mesmo que só conseguindo abarcar um cenário mais longínquo, a abrangência de dados sobre despesas e rendimentos familiares do IBGE (2008/2009), pôde nos dar contribuições a um olhar menos empírico e mais concreto.

Compreendendo como possibilitados de realizar gastos suntuários mais elevados, assim como um consumo diversificado de bens e serviços, aquelas famílias que estão agregadas, perfazendo as mais altas quantias, nas variações patrimoniais e rendimentos mensais, representam a presente pesquisa, o meio de extração possível deste consumo no país. Mesmo não sendo uma simples relação direta, ter dinheiro e comprar obras de arte, tomando os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, das pesquisas de orçamentos familiares de 2008, é possível ter uma pequena noção do significado do referenciado “volume de capital excedente” e do empírico “dinheiro, muito dinheiro”. A observação desta relação se deu da seguinte maneira, subtraindo a “Despesa monetária e não monetária média mensal familiar” do “Rendimento total e variação patrimonial médio mensal familiar”. Tratando esta diferença como uma representação possível de parte do capital excedente em circulação, e o multiplicando pelo número de famílias na mesma condição, na cidade observada. Deste modo a presente pesquisa consegue o seguinte resultado⁷⁷.

Tabela 5- Relação elaborada de rendimentos e despesas médias familiares por cidade (continua).

Município Capital do Estado	(RT)	(DM)	(DF)	(N)	Resultado
São Paulo- SP	16.184,15	12.915,67	3.268,48	290.835	950588380,8
Rio de Janeiro- RJ	20.108,61	17.663,99	2.444,62	273.133	667706394,5
BeloHorizonte- MG	23.187,68	20.016,54	3.171,14	89.850	284926929
Curitiba- PR	16.825,50	12.169,93	4.655,57	55.927	260372063,4
Recife- PE	19.505,50	14.378,44	5.127,06	48.283	247549838
Goiânia- GO	23.812,03	17.261,06	6.550,97	27.041	177144779,8
PortoAlegre- RS	16.521,00	12.240,65	4.280,35	28.598	122409449,3
Manaus- AM	15.233,19	6.712,41	8.520,78	12.840	109406815,2
Fortaleza- CE	17.599,69	12.486,41	5.113,28	17.619	90090880,32
Maceió- AL	14.883,74	9.521,06	5.362,68	10.211	54758325,48
Vitória- ES	21.937,53	19.675,65	2.261,88	22.436	50747539,68
Belém- PA	18.506,50	15.191,73	3.314,77	13.459	44613489,43

⁷⁷ Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2008/2009) em 2009 o salário mínimo correspondia a R\$ 415,00.

CampoGrande- MS	15.265,15	11.338,65	3.926,50	9.531	37423471,5
Natal- RN	15.932,98	10.289,43	5.643,55	5.961	33641201,55
Aracaju- SE	16.001,55	13.547,66	2.453,89	10.304	25284882,56
PortoVelho- RO	16.602,63	13.310,62	3.292,01	7.592	24992939,92
Florianópolis- SC	18.352,87	17.519,81	833,06	29.462	24543613,72
JoãoPessoa- PB	18.688,03	15.250,88	3.437,15	6.771	23272942,65
Teresina- PI	16.253,80	14.125,37	2.128,43	10.087	21469473,41
Cuiabá- MT	18.268,17	16.717,34	1.550,83	8.457	13115369,31
Macapá- AP	19.054,98	16.827,26	2.227,72	4.317	9617067,24
Palmas-TO	16.520,38	13.035,78	3.484,60	1.776	6188649,6
Boa Vista - RR	24.159,96	12.104,17	12.055,79	299	3604681,21
Rio Branco - AC	13.962,05	12.740,95	1.221,10	1.736	2119829,6
Salvador- BA	18.586,92	18.998,55	-411,63	63.600	-26179668
SãoLuís- MA	16.164,63	20.234,59	-4.069,96	18.118	-73739535,28

(RT) Rendimento total e variação patrimonial médio mensal familiar-valor.
 (DM) Despesa monetária e não monetária média mensal familiar- valor.
 (DF) Diferença - Expectativa de capital exedente.
 (N) Número de famílias.

IBGE/2008. Classe de rendimento total e variação patrimonial mensal familiar de mais de 10.375 reais.

Fonte: Tabela elaborada pelo autor a partir de dados do IBGE (2008/2009).

Como se pôde ver, essa diferença multiplicada por seu número de famílias, apresenta a cidade de São Paulo, como a capital com a maior representatividade de capital econômico excedente. Mesmo que ainda dependente de uma estrutura institucional, como espaços culturais e museus, políticas culturais desenvolvidas, e um meio artístico movimentado, a relação elaborada também mostra em suas posições mais elevadas, cidades já mencionadas em propensa convergência com o meio artístico e seu mercado: Belo Horizonte, Curitiba e até mesmo, Goiânia.

Em um evento realizado pela revista SeLecT, o Minc e o CQ&S Advogados, em março de 2018 no Itaú Cultural em São Paulo, em um terceiro painel dedicado ao colecionismo institucional e sua expansão, eis o que diz o galerista Antonio Almeida, da galeria paulista Almeida e Dale:

[...] Então a Almeida e Dale dentro do que ela pode, do que é possível, do que é viável, nós trabalhamos muito forte tentando desbravar realmente esse mercado... E levar cultura para o Brasil, porque não é fácil. As instituições aí fora, elas sofrem muito, eu fui a Cuiabá, eu fiquei chocado. Eu fui visitar o museu de Cuiabá, eu falei como é que eu vou trazer uma exposição para Cuiabá... Não comporta Cuiabá uma exposição. É uma coisa absurda... Você chegar em Cuiabá e não ter um museu que recebe uma exposição. [...] Então assim a galeria Almeida e Dale tá dentro desse caminho fazendo realmente um trabalho... bem assim, interessante, tentando procurar parceiro nos estados. Porque você não chega no estado, e não faz nada se você não tiver um grande parceiro de lá. E isso é uma coisa muito séria também. Você pode chegar hoje com o que você quiser em Cuiabá, se você não tiver um apoio lá, você vai fazer uma exposição e vai

voltar de lá sem nada, porque infelizmente você precisa do apoio de alguma família importante de lá, para junto realmente levar público, levar a mídia, para você ter um retorno, levar às escolas. Porque só as instituições não tem verba para fazer, por mais que você queira fazer elas não tem. (ENCONTRO DAS ARTES VISUAIS, 2018).

Relato que expressa condição em que se encontram variadas regiões, entre elas capitais de estado, dentro do Brasil. Lembrando que de seus 5570 municípios, 1400 se encontram em unidades regionais⁷⁸, 310 estima-se ter mais de 100 mil habitantes, somente 42 mais de 500 mil, e 17 com mais de um milhão (IBGE, 2017; FNEM, 2018). Levando em conta a intrínseca relação elencada por Raymonde Moulin (2007), entre mercado de arte e meio artístico, se visualiza o incipiente horizonte das artes visuais no Brasil. Onde se pode considerar como projetos isolados, o que se tem em muitas das regiões Brasileiras em matéria de produção artística visual, feito por entusiastas e não meios artísticos, muito menos via a possibilidade de um mercado.

A autonomização do mercado de arte no Brasil, assim como de seu meio de produção, foi de certo modo demorada se comparado a de outros países. Se à autonomização de seu meio artístico se deu somente a partir dos espaços de consagração e promoção, de meados da década de 1950, a autonomização de seu mercado, ou seja, a comercialização exclusiva de obras de arte, só começou a se expandir de maneira efetiva com o surto do mercado nos anos de 1970. Até então muito associado a grupos burgueses, desempenhando largamente um papel de distinção para altas classes. O comércio de obras de artes, ainda posteriormente, demorou certo tempo para se desvincular de agregada da arquitetura moderna, funcionado por muito como decoração. Características que ainda podem ser vistas em alguma medida ou em desdobramentos, na atualidade, muito ligadas aos modos de construção do entendimento pelos quais, parcela da sociedade, do governo, e de agentes deste mercado, compreende à atividade. Uma hipótese elaborada com o respaldo da teoria dos Campos de Pierre Bourdieu (1996), pareceu a presente pesquisa, também uma forma possível de olhar a orientação da concentração geográfica desta atividade comercial no país.

⁷⁸ Segundo o Fórum Nacional de Entidades Metropolitanas (FNEM, 2018), compreende-se em “Unidades Regionais”: Regiões metropolitanas, Aglomerações urbanas e Regiões integradas de desenvolvimento. Acesso em: < <http://fnembrasil.org/>>.

Capítulo 4

O impacto: Subsídios teóricos em Bourdieu para análise do mercado de arte no Brasil

Algo que por vezes chamou a atenção durante a pesquisa sobre o mercado de arte, entre as condições de existência deste, foi à menção de grupos que pudessem o fomentá-lo, especificamente a descrição destes grupos. No trabalho de José Carlos Durand (1989) ao descrever o pouco grau de intelectualização de muitas das famílias paulistas, de classes dirigentes em 1930, recobre que, estes paulista não possuíam uma unicidade étnica que perfizesse tal consumo cultural, dependendo de estrangeiros. Maria Lucia Bueno (2012) além de também citar o pouco grau de intelectualização daqueles, observa a também relevância de estrangeiros, entre os grupos de compradores de arte, na Paris do fim do séc. XIX. E ainda ressalta como pré-requisito, que estes grupos fossem de “segmentos sociais novos, com identidade elaborada a partir de valores individuais, baseado na cultura e no consumo” (BUENO, 2012, p.76).

São aspectos de delimitação de um público, que pode perfazer a ativação de uma demanda, do consumo cultural de bens como obras de arte. Mesmo que atores e agentes deste mercado, por vezes pareçam atuarem em prol de um público não pré-existente, como vimos em seu histórico (BUENO, 2012; CAUQUELIN, 2005), construí-lo não está isento de certos desafios e condições. Este é um processo que melhor pode ser entendido, se tomarmos parte do que foi o processo de autonomização do meio de produção artístico, que perfaz amplamente o sentido e o caráter de como se dá esse consumo cultural. É a partir de Pierre Bourdieu (1996) e do trabalho de seus conceitos, que podemos entender de forma um pouco mais pormenorizada, como tal consumo cultural se encaixa em nossa cultura. Estando a procura de poder salientar, possíveis relações específicas, com nossa específica trajetória nacional.

O processo de autonomização do campo Artístico

Para que possamos entender de modo um tanto dinâmico, o que foi o processo de autonomização do campo artístico, a partir de Pierre Bourdieu (1996), deve-se novamente

retornar ao cenário chave, deste histórico e sua importação, a França. Lembra-se daquelas já comentadas mudanças da segunda metade do século XIX Francês, da emergência de gostos que as novas forças da expansão econômica, provinham a aparecer. Pois bem, assim como fora dito, tal movimento da influência do poder econômico, se expandiu para diferentes modalidades da produção cultural, como nas artes visuais, no teatro, e na literatura. E assim como certas condições, possibilitaram a existência de uma corrente análoga de público, incentivadores, críticos, produtores, editores, patrões de imprensa, e até mesmo de um Estado, favoráveis a esse caráter de produção, certos fatores também possibilitaram a existência de uma corrente análoga, de produção oposta (BOURDIEU, 1996).

No caso, são condições como, aquele certo contingente de diplomados no ensino secundário, dispersos a falta de emprego e por isso, muitos remetidos à carreira artística e literária, pelas poucas exigências das mesmas, e o romântico prestígio que as envolvia. Jovens sem fortuna de classes médias e populares, da capital ou de províncias, colocados à parte da sociedade, pelas condições de existência da época (bloqueio ao acesso de carreiras como administração e medicina, nepotismo na educação, histórico da carreira artística e literária reservada à nobreza, a grande burguesia temerosa por revoluções e políticas hostis). Logo estes jovens, a partes de condições mais favoráveis, começaram a promover um novo estilo de vida, a Boêmia. Que terá como modo de formação e característica, aspectos contrários a aquela corrente de produção cultural conformista, ligada a expansão econômica, e quase tudo que se ligava a ela. Ou seja, a fantasia, o trocadilho, a piada, as canções, a bebedeira, o amor; por fim, os saltimbancos, o nobre arruinado, a criada de grande coração, a prostituta. Tudo o que fosse contrário ao estilo de vida burguês ou dele fosse vítima (BOURDIEU, 1996).

Logo esse estilo de vida que começa a atrair não somente jovens diplomados e desafortunados, que se acumulam aos montes em Paris, mas também outros contrários ao presente estado de coisas do período, vão começar a transformar tais aspectos em verdadeiro partido. Romancistas começaram a divulgar a figura social do Boêmio, que começará a se construir a imagem por excelência da vida do artista. Boêmia que irá ganhar nascente influência, lhe concedendo liberdades e vantagens no meio social: como custos menores, vestuário, fantasias culinárias, amores mercenários, lazeres refinados. Isso vai começar atrair mais pessoas a Boêmia. Que não se encontrará totalmente delimitada, mas mudará ao longo do tempo, possuirá ambiguidades, por vezes vai se aproximar da aristocracia e da alta

burguesia, em estilo de vida, em liberdade, distante da conformada pequena burguesia (BOURDIEU, 1996).

É o início da formação de um verdadeiro partido. Onde as posições sociais do artista e do escritor, irão variar dependendo da relação que mantêm com o mercado, relacionado com as medidas diretas e indiretas de imposição, assim como com o público, ora o “Burguês” ora o “povo”. Caráter que acaba os tornando consumidores de si mesmos, de suas produções, de suas realizações, de suas atitudes, de seus modos de vida, seu próprio mercado. Sendo em princípios negativos, como a indignação, a revolta e o desprezo, às características onde por vezes se irá construir este processo de cisão do mundo social, que era a pretensão da Boêmia. A criação de um mundo à parte sujeito às próprias características e desdobramentos, que vão se tornar leis, regras, conjunto de condições a qualquer um que queira fazer parte deste mundo, “onde tudo é possível”. A busca da própria legitimidade. Consumindo a si mesmo, em um mercado com normas próprias, aqui ainda não traduzidas em dinheiro, mas assegurando um reconhecimento social dos pares, que a outros grupos parecerá um desafio ao senso comum. Onde nasce uma revolução cultural, de rompimento com o que é socialmente vigente, que só vai dar certo, pelo apoio e atenção daqueles que nisto acreditam (BOURDIEU, 1996).

Assim neste momento devemos entender que as pessoas existem na relação de uma série de confluências, e como dito nem tudo é delimitado, preto no branco. Pois aquela Boêmia ainda dependia das virtudes das pessoas, de suas disposições, sujeitas a relações de influência diversas, fácies de derrubar, inverter, sucessível as tentativas de sedução e anexação de poderosos; uma segunda boêmia a partir de 1848, sujeita às leis de mercado, muitas vezes alguns eram obrigados a exercer uma segunda profissão. Assim não por acaso, vemos a circulação de alguns autores deste período por locais diversos, da boêmia a reuniões de abastados, salões e academias. São disposições e origens sociais refletidas de modos diferentes, em estruturas diferentes, de diferentes meios, que levavam os agentes a esta diversidade de locais (BOURDIEU, 1996).

Logo tais características tomadas como princípios, à forma de condições, regras ou leis, designaram para estes que consomem a si mesmos, os fundamentos da existência do artista enquanto artista, ou do escritor enquanto escritor. Negando a existência enquanto artista ou escritor, daqueles que se opunham aos seus princípios. Isso também gerava certos conflitos e conturbações, como peças de teatro sendo paralisadas pela movimentação de pintores, e a reivindicação do direito de prover a própria legitimidade, o que culminou na queda da

academia de pintura e do Salão. Tudo isso, claramente a despeito de certas concessões realizadas por estes, ao Salão, a Academia, e as honras mundanas (BOURDIEU, 1996). Pois a este momento ainda não se tinha um novo regime estético, talvez possamos dizer, ainda não havia um modo de como se fazer, segundo Bourdieu (1996) era uma posição a se criar, visto mesmo que alguns aspectos dessa produção, como a arte “Pura”, a “Arte pela Arte”, ainda nem mesmo tinha lugar na sociedade. Meio por onde se dará o ambíguo desejo, de muitos da boêmia, e posteriormente também da vanguarda, da legitimação e do reconhecimento social de instâncias como as Academias e os Salões. Gerando conflitos que vão se dando entre os que consomem a si próprios, batalhas dentro deste próprio meio de produção, disputas de como se fazer o que pretendem fazer (BOURDIEU, 1996).

Conceitos de Bourdieu

É em um cenário como o que foi descrito, dividido no mínimo em dois, que vai se tornar claro no trabalho de Pierre Bourdieu (1996) o caráter da composição deste meio e suas relações objetivas. Relações entre autores e agentes, lugares em que frequentam, meios em que publicam, grupos a que pertencem, que não são fruto de um mero acaso ou deliberada liberdade de escolha, mas sim são tomadas de posição. Fruto de um meio, na intenção de no mesmo, disputar sua pretensa posição, seu pretenso partido, seu pretenso modo de realização. O que não está alheio de quem o pretendente é, de sua origem, que por vezes é compartilhada por muitos de seus pares, de posição semelhante. Percebe-se que este é um meio hierarquizado, construído em oposição a outro, e ansioso em promover a suas próprias medidas de existência, de legitimação, e de realização (BOURDIEU, 1996). Vindo Pierre Bourdieu (1996) a proferir por esta via as noções conceituais de *habitus*, *campo* e *illusio*.

Importante noção desenvolvida por Pierre Bourdieu (1996), que pode auxiliar no entendimento de características da situação, é a noção de *habitus*. Bourdieu a desenvolve retomando a noção aristotélica de *hexis*, convertida pela escolástica em *habitus*, para estabelecer a relação de atuação do sujeito, enquanto elemento ativo na construção e manutenção de determinada parcela e estado de uma realidade. **É um sistema de disposições, que por vezes pode servir como capital**, produto de uma trajetória social e da posição que acaba por ocupar em um campo determinado, favorável ou não a atualização de ambos. Ele

pretendia colocar em evidência as capacidades ativas, inventivas, e "criadoras", do *habitus* e do agente, que antes o termo não exprimia. Na intenção de reagir contra o estruturalismo e sua filosofia, que reduzia o agente ao papel de suporte ou portador da estrutura. Sendo também essa capacidade geradora, não a de uma natureza ou de uma razão universal. Mas procurando demonstrar e apresentar, uma “atividade cognitiva de construção da realidade social que não é, nem em seus instrumentos, nem em seus passos [...], a operação pura e puramente intelectual de uma consciência calculadora e raciocinadora” (BOURDIEU, 1996, p.205), utilizando-se do conceito de *habitus* para tanto.

Já o conceito de *Campo*, para Bourdieu (1996), foi o que lhe permitiu o distanciamento das alternativas de interpretação interna e da explicação externa, do meio de produção cultural, sem nada delas perder. De acordo com seus estudos, “interpretações internas” às advindas de um “formalismo nascido da codificação de práticas artísticas levadas a um alto grau de autonomia” (BOURDIEU, 1996, p.207), e “explicações externas” às advindas do relacionamento direto entre, as formas artísticas e as formações sociais. Alternativas que segundo o autor, ignoravam os **campos de produção como espaços de relações objetivas**, não salientando a existência de **microcosmos sociais, como espaços separados e autônomos**, lugar em que essas obras se constroem. Onde as interações entre autores e agentes, se dão a partir de relações objetivas, entre as posições que cada um ocupa nesse campo de produção, que é propriamente um campo de poder. O campo de poder é um espaço de disputas, de relações de forças, onde se encontram agentes com poder para tanto, sujeitos as próprias regras, modos de funcionamento, hierarquia, apostas, e com o seu próprio histórico de formação e autonomização (BOURDIEU, 1996).

É ao analisar a estrutura interna destes campos, em determinado período, com determinada configuração, que observamos a razão em estabelecido meio de produção cultural, do motivo da inferioridade estrutural, por exemplo, de autores de certos gêneros ou do ilustrador. Características que segundo Bourdieu (1996) se apresentam em relações objetivas, em “características genéricas tais como a vinculação a grupos ou instituições, revistas, movimentos, gêneros etc” (BOURDIEU, 1996, p. 213). Relações por vezes ignoradas, em análises que não levam em conta nem a origem, nem a estrutura destes meios específicos. Meios de produção cultural, no caso deste campo, onde se encontram os agentes, em suas específicas posições, hierarquicamente especificadas. Assim como se acaba por não levar em conta, a origem das disposições, ao mesmo tempo, genéricas e específicas, comuns e

singulares, que levam o referido agente deste campo a tal posição, no caso, hierarquizada, e onde nela funda o seu *habitus* (BOURDIEU, 1996).

E por último a noção de *illusio*, que promove de maneira bastante forte, a produção de uma espécie de crença. **A *illusio* é a adesão coletiva ao jogo e a seus princípios**, que prove esta espécie de ofuscamento de sua própria existência. É um efeito da propriedade do campo, de que as batalhas e os conflitos de e por força em seu interior, tendam a tornar opaco, a existência de algum sentido ou premissa que valide ou torne possível, as próprias batalhas e conflitos. Causa e efeito da existência e do funcionamento do próprio jogo, a *illusio* é o lugar onde se inscreve a convicção, que coloca nela os protagonistas deste meio. Efeito que também dissimula os interesses, a legitimidade e as condições sociais das batalhas e dos conflitos em seu interior. Onde a participação nos interesses que advém da vinculação a este campo, e que só existem no seu funcionamento, só podem ser adquiridos pela aceitação de seus pressupostos e postulados, que entre outras coisas estabelece o que é e o que não é discutível (BOURDIEU, 1996).

É a *illusio* que promove a percepção: do carisma do “criador”, o artista, personagem incrível, dotada de poderes mágicos de transubstanciação, assim como para sua produção, a obra de arte. Da representação carismática do grande marchand, descobridor, guiado por sua paixão mal avaliada e por isso desinteressada pela arte; aquele que encontra o artista, o faz ou promove os meios para este se fazer, o apoiando, nele acreditando, mesmo nas mais difíceis horas, o único que pode o liberar do trabalho desmoralizante de promoção de suas obras. Do poder de consagração dos inúmeros autores e agentes deste meio de produção, velando que só existem para e em relação ao jogo, dentro das relações objetivas, da história e da tradição deste campo. Da ideologia da obra de arte inesgotável, de sua leitura como recriação, realizada infinitamente; mascarando que é neste momento, que ela está sendo produzida, feita várias vezes, por aqueles que disto pretende recolher lucros materiais ou simbólicos, ao ler, classificar, decifrar, comentar, reproduzir, criticar, combater, conhecer, possuir. Em suma é *illusio* que funda um desconhecimento realizador (BOURDIEU, 1996).

Por tanto tão logo se vê, que a interpretação autorizada deste campo e seus aspectos, toma por referência a história própria do campo ou de sua disciplina, se tornando à condição prévia da interpretação no contexto contemporâneo. Característica comum a outros campos, como o político e o econômico, onde também, se encontram relações de força, capital, estratégias e interesses; mas que, no entanto, são revestidas de uma maneira própria nestes

meios, de uma forma específica, onde fenômenos relacionados a tais características ou conceitos, acabam sendo irreduzíveis ao que são. Que não mais é do o processo de não sujeição a qualquer tipo de coerção, inibição, influência, mando e desmando externo, que não aqueles permitidos como possíveis pelo próprio interior do campo, que interpreta o que lhe externo a partir de seu próprio ponto de vista. Assim a eficácia e o efeito de fatores externos, como crises econômicas, transformações técnicas, revoluções políticas ou mesmo demandas sociais, se exercem muito por intermédio de transformações da estrutura do campo, pelo que nele é possível, e não de forma direta (BOURDIEU, 1996).

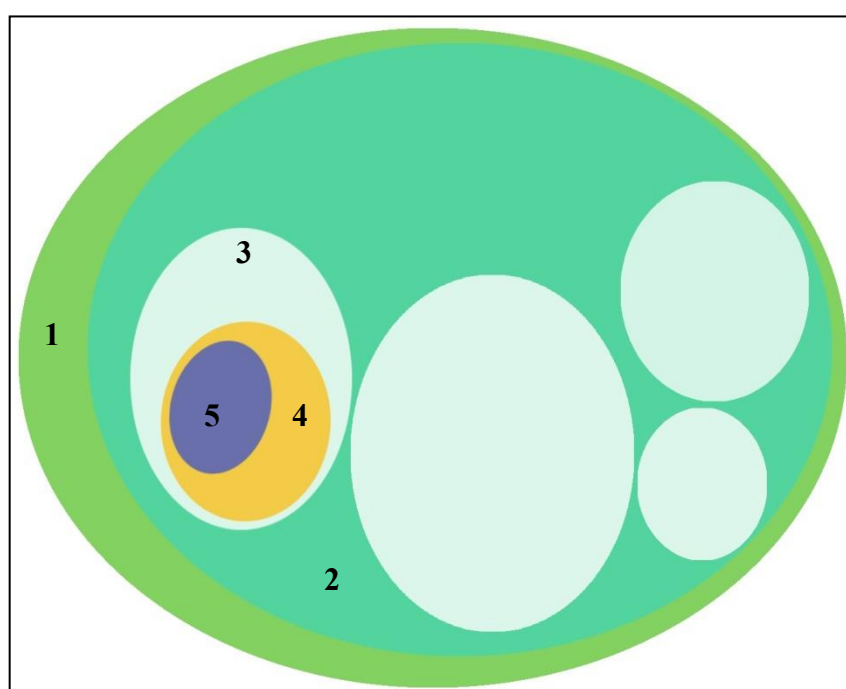
Um modo de funcionamento, que promove que as obras que neste meio são apresentadas, se tornem apostas, estratégias, ao mesmo tempo estéticas e políticas, internas e externas; um efeito de intertextualidade, as obras são textos inscritos em outro texto, o campo. E dentro do campo, o espaço das obras de arte, em um dado momento, pode ser entendido enquanto campo, muito visto por homologias, ou seja, correspondências, entre seus conteúdos simbólicos ou suas formas, e o espaço que ocupam nesse campo de produção. Um jogo de correspondências, de homologias, da construção e da identificação a partir de oposições, não só relacionadas esteticamente, mas social, econômica e politicamente (BOURDIEU, 1996). Segundo Bourdieu (1996, p.234), por exemplo, em literatura “o verso livre se define contra o alexandrino e tudo que ele implica esteticamente, mas também social e mesmo politicamente”. Em alguma medida o mesmo pode se pensar em relação, por exemplo, ao Expressionismo Abstrato norte americano e a também norte americana Arte Pop, por vezes uma construída em caráter de oposição a outra.

Essas homologias estruturais ou funcionais se apresentam em todo o campo, de maneiras diversas. Correspondências como foi dito não só estéticas, mas econômicas, políticas e sociais, vistas entre agentes diversos, público, consumidor e produtor, todos ligados por relações objetivas. Uma correspondência que ligada aos campos e ao seu interior, acaba por demonstrar aspectos de posições, dominantes e dominadas, assim como de campos em posições, dominantes e dominadas (BOURDIEU, 1996). Tudo a partir de uma lógica própria de funcionando hierarquizado, que entenderemos nesta parcela do presente capítulo, destinado ao entendimento da lógica do funcionamento do mercado de arte.

A partir de modelos desenvolvidos por Pierre Bourdieu (1996), podemos procurar construir um modelo gráfico, que melhor possa situar ou expressar de forma diferente, a relação dos campos e dos habitus nesse meio de produção. Tendo em vista demonstrar de

forma mais direta, noções abstratas e características nem sempre vistas como de tamanha influência, mas que Bourdieu abrange em suas explicações. Lembrando-se que, características diversas mudam com o tempo e o espaço em que estão localizadas, não podendo ser tratadas, como bem salienta o autor, como determinantes de posições futuras neste meio de produção. Outro fato que deve estar claro, é que esta, é uma apresentação de um modelo teórico, e não de uma descrição de certa realidade ou aplicação sistemática na mesma, não devendo deste modo ser observada, mas utilizada para possivelmente observar⁷⁹.

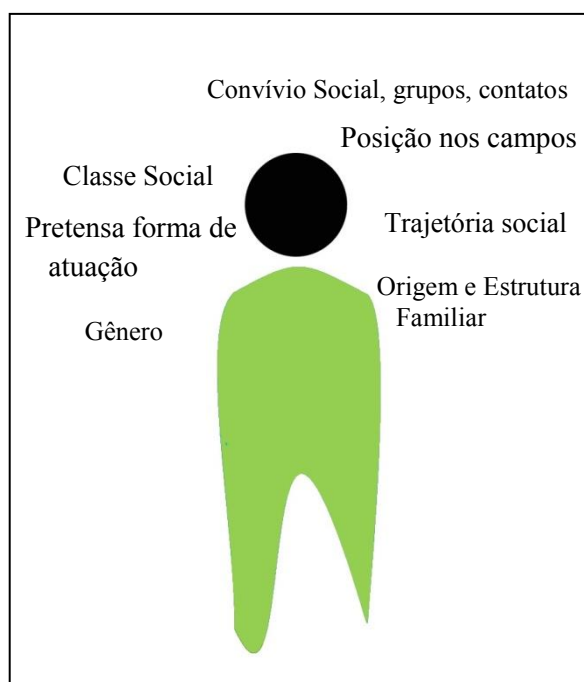
Figura 10- Esquema gráfico do Campo de Produção Artístico



Fonte- Modelo do Autor a partir de Bourdieu (1996)

⁷⁹ Sobre o esquema gráfico: 1- Espaço Social: Lugar onde se encontra o campo de poder. Com baixo grau de autonomia tanto de capital econômico, como de capital simbólico. 2- Campo do Poder: Espaço onde se encontram microcosmos autônomos, meios de disputas de poder a partir de regras próprias, como o campo político, o econômico e o artístico. Detentor do capital econômico e do capital cultural, porém sem certo capital simbólico específico. Lugar onde se encontram produtores não profissionais. 3- Campo Artístico: Campo de produção cultural das artes visuais, onde se encontra o subcampo de produção voltado ao grande público. Possuidor de capital econômico, porém de menor capital simbólico específico. 4- Campo de Produção restrita: Subcampo de produção dentro do campo artístico, voltado à produção para os próprios produtores. Possuidor de capital simbólico específico, porém de menor capital econômico. 5- Campo de produção restrita ainda não consagrada: Subcampo de produção dentro do subcampo de produção restrita, onde se encontra a vanguarda ainda não consagrada. Não detentor de capital econômico nem de capital simbólico específico.

Figura 11- Aspectos que caracterizam o habitus



Fonte- Modelo do autor elaborado a partir de Bourdieu (1996)

A boêmia e sua polarização

Ao longo de um período crítico, de conflitos entre aqueles consumiam a si próprios- batalhas no interior do próprio meio de produção- na boêmia, as disputas de como se fazer, vão gerar como se poderia esperar, relações diferenciadas com o comércio artístico. Apesar de estarem contra a arte burguesa, eram divididos: haviam os partidários da “arte pela arte” - que recusavam a polarização e acabaram definindo as regras no campo literário, porém sendo considerados defensores da imoralidade- e os da “Arte Social”, e do “Realismo”- defensores do valor dos pobres, dos oprimidos e do povo, mais radicais políticos do que estéticos. Esses termos porém não só como hoje, mas também no meio de sua origem e utilização corrente, possuíam não só uma interpretação e condução, mas ao contrário concorriam a formas diversas de utilização e atribuição. Logo aqueles da “arte pela arte”, muitas vezes abastados, de melhores origens e condições econômicas para se manterem, começaram a existir e se

promover, não só em oposição à “arte burguesa”, mas também em oposição aos “realistas”, a “arte social” e a sua variante a “arte útil” (BOURDIEU, 1996).

Apesar de desejarem à autonomia assim como os boêmios, de todo tipo de instituição, os partidários da “arte pela arte” não queriam porém, as poucas consequências estéticas, que apenas validavam transgressões, facilmente produzidas e vulgares, que se ligavam a realização boêmia. De boas origens, renunciavam a carreira e família, a que lhes era o destino, e a assim, por conseguinte renunciavam a vida burguesa. Começaram a se opor, e a se hierarquizar em oposição aos outros, lhes auto colocando uma extraordinária disciplina, recusando as facilidades e as frivolidades. Estes na procura de construir uma posição onde se colocar, formarão a imagem do artista e do escritor moderno: trabalhador de tempo integral, consagrado ao trabalho, indiferente a exigências externas, políticas e morais, não conhecendo nenhuma outra jurisdição que não as normas e as regras da própria arte. O público por vezes, se tornará somente a figura do burguês, será todo mundo que não eles mesmos; no entanto quando ameaçados pela boêmia se aproximaram da burguesia. Colocados à margem da sociedade, vão salientar ao mesmo tempo em que criam, o lado ruim do lado bom (BOURDIEU, 1996).

Com a exclusão do burguês se excluirá o seu cliente em potencial. O processo de autonomização promoverá o desaparecimento do mercado, onde os mesmos foram afirmar que arte, não tem preço, é sem valor comercial, onde criam eles mesmos parte da necessidade que transformam em virtude. Assim se formará uma defasagem temporal, um período de tempo alongado até que a obra chegue ao público, ao crítico. Defasagem esta que se tornar estruturante; meio legal por onde angariar as recompensas da dedicação artística. O sucesso imediato ganhará sentido de inferioridade intelectual. Um mundo econômico avesso, onde o artista só avança no mundo simbólico, retraindo-se do econômico (pelos menos em curto prazo), ou o inverso (pelo menos a longo prazo). Por fim esta boêmia que ajudou a cunhar o termo Vanguarda, posteriormente a sua polarização, e disputas internas, se unifica e começa a influenciar cada vez mais a produção cultural burguesa. As características da boêmia começaram a se tornar as características de todo o campo das artes. Assim como o partido tomado por aqueles personagens chaves, na autonomização do campo artístico e literário (BOURDIEU, 1996).

Este foi o estabelecimento de uma “Arte Pura”, na época, com uma conduta de “promover o real para além do real”, porém sem partido sentimentalista, moral, político ou de

cunho social. Mas aquele surgido no trabalho sobre a linguagem, em seu jogo pictórico ou pela escrita. Logo esta “Arte Pura”, promoveu um olhar puro, inventado a custa de rupturas entre a arte e a moral, exigindo postura de imparcialidade, indiferença, desapego e desenvoltura cínica, se apresentando para além de qualquer polarização. Se criando de modo concomitante a uma estética pura, o seu inseparável, grande artista profissional; personagem que perfaz a improvável união, entre transgressão, liberdade, rigor, e disciplina estrita de vida, de trabalho, e seus conformismos, ainda supondo a abundância e o celibato (BOURDIEU, 1996).

Estas mudanças, grandes revoluções artísticas, segundo Pierre Bourdieu (1996), não são da natureza de atores dominantes, daqueles que por um período determinado possuem o capital específico, para ocupar altas posições na hierarquia, e nem daqueles atores dominados, geralmente atores condenados por suas disposições ou condições de existência, a práticas rotineiras da produção cultural. Aqueles primeiros por não terem nada a condenar em uma lógica que os consagra e os últimos, pela própria condição de suas disposições e pelas possibilidades de prover atores que, são guardiões da ordem simbólica vigente e atores que são hereges a mesma. Tais revoluções e mudanças, para além das possibilidades nos campos diversos do possível, que favorecem a sua eficácia, se ligam muito mais a bastardos de certo momento, inclassificáveis, por vezes de disposições aristocráticas, ligados a origem social privilegiada e a um alto capital simbólico. Por vezes encorajadores da intolerância e da impaciência, porém tudo depende do estado dos possíveis no campo⁸⁰ (BOURDIEU, 1996).

⁸⁰ De certo modo e de forma bastante ampla, o artista, aristocrata e boêmio Henri de Toulouse-Lautrec, retratado defecando na praia, na fotografia abaixo, pode ilustrar muito bem, o ideal de extremos opostos a que tentamos descrever. Mesmo que a despeito e muito por isso, do estado do campo quanto atuava Lautrec, e de um problema de saúde que o levou ao mau desenvolvimento físico, Lautrec pode ser visto ao mesmo tempo conciliando improváveis características opostas. Mesmo que não totalmente ligado a imagem profissionalizada do artista moderno, Lautrec é ao mesmo tempo o boêmio e o burguês, o de boa origem porém colocado à parte, o vulgar porém dedicado, o rico porém “pobre”, o ligado a inovações porém marginalizado e consagrado a seus próprios feitos (ABRIL, 2011).

Figura 12 – Henri de Toulouse-Lautrec defecando na praia de Crotoy



Fonte - Fotografias de Maurice Joyant em 1889

Os desdobramentos da boêmia: A lógica interna do mercado de arte

Figura 13- Eles me recusaram isso... Os ignorantes!!



Fonte- Litografia de Honoré Daumier no Museu metropolitano de arte de Nova Iorque

Assim como podemos tomar conhecimento de que nos anos de 1890 já havia um mercado de arte em Paris (CAUQUELIN, 2005), pois também já a 1880 os princípios da autonomia, estavam gradativamente convertidos em mecanismos objetivos. Interiorizados na lógica do campo, residindo em disposições e ações de atores e agentes (BOURDIEU, 1996). Onde vemos segundo Bourdieu (1996), que esse campo, aparentemente anárquico e libertário- que de certo modo é por sua autonomia- também possui ordenações. A autonomia do campo literário, por exemplo, só foi possível no séc. XIX, pelo fato do reconhecimento dos pares, no caso os escritores, ser quase totalmente o inverso do reconhecimento e do sucesso comercial. Caráter diferente do séc. XVII onde os mais bem providos de pensões, eram também os mais reconhecidos (BOURDIEU, 1996).

Provavelmente já se percebe pelos relatos, que do ponto de vista econômico pode se ver, uma hierarquia econômica entre formatos e gêneros da produção cultural. Aqueles que mais economicamente são rentáveis e aqueles que são mais agraciados com o poder simbólico. No campo literário do séc. XIX, meio que concentra relevante número de observações no trabalho

de Bourdieu (1996), mas que também como o próprio faz, é transferível à lógica observada de outros campos, encontramos a seguinte coexistência de hierarquia econômica: segundo o lucro comercial, primeiro o teatro, depois o romance, e por último a poesia; de modo inverso segundo o prestígio, primeiro a poesia, depois o romance, e por último o teatro. Isso explicando por um modelo simples, se deve ao fato de existirem dois princípios de diferenciação. Os diferentes gêneros considerados empreendimentos econômicos, que se distinguem por três aspectos:

Primeiramente, em função do preço do produto ou do ato de consumo simbólico, relativamente elevado no caso do teatro ou do concerto, pequeno no caso do livro, da partitura ou da visita aos museus ou as galerias (o custo unitário do quadro coloca a produção pictórica em uma situação inteiramente à parte); em segundo lugar, em função do volume e da qualidade social dos consumidores, portanto, da importância dos lucros econômicos mas também simbólicos (ligados à qualidade social do público), que esses empreendimentos asseguram; em terceiro lugar, em função da demora do ciclo de produção e, em particular, da rapidez com que são obtidos os lucros, tanto materiais quanto simbólicos, e da duração durante a qual eles são assegurados (BOURDIEU, 1996, p. 135).

E os gêneros, do lado da autonomia do campo, que se distinguem:

[...] em função do crédito propriamente simbólico que detém e conferem e que tende a variar em razão inversa do lucro econômico: o crédito atribuído a uma prática cultural tende a decrescer, com efeito, com o volume e sobretudo com a dispersão social do público (isso porque o valor do crédito de reconhecimento assegurado pelo consumo decresce quando decresce a competência específica que se reconhece no consumidor e tende mesmo a mudar de sinal quando esta desce abaixo de certo limiar) (BOURDIEU, 1996, p. 135).

Este modelo simples permite apreender diferenças, entre gêneros, autores, e aspectos internos, característicos na consagração de produções culturais (BOURDIEU, 1996).

É desta maneira que podemos entender como se molda o caráter de importância de consumidores da produção artística. Distantes de uma simples relação banal de consumo, estes, podem assegurar valores, lucros simbólicos aos bens consumidos. Atestam a qualidade do que consomem pelo que são e vice e versa. Segundo Bourdieu (1996) esta qualidade de consumidores, é medida principalmente por seu volume, e pelos lucros simbólicos que podem assegurar a estes bens, determinados hierarquicamente também por esta influência. Ou seja,

existe uma hierarquia social também do público consumidor. Que se verifica muito diretamente em correspondências, em homologias, entre, a hierarquia social dos públicos atingidos, dos universos sociais representados, e a dos autores; até mesmo na relação de sua origem social e sexo (BOURDIEU, 1996). Em análise é preciso observar quais são as vantagens, os desejos e os anseios, que são satisfeitos por cada uma destas correspondências e hierarquias; como eles se estruturam a partir dos *habitus* de cada um destes indivíduos, atores, agentes ou público. Possibilitando entender como auxiliam no estabelecimento de tal estrutura, num campo de produções autônomo (BOURDIEU, 1996).

Na lógica interna dos campos autônomos no século XIX, e assim também hoje de certo modo, segundo Bourdieu (1996), é possível ver movimentos de: capitais específicos e culturais, reconvertidos a gêneros ou formatos menores, que antes não os possuíam; defesas de gêneros ou estilos específicos, o surgimento de outros, assim como uma lógica da diferenciação permanente, como consequência do funcionamento dos campos; formulação de *partidos artísticos*, “conjunto *sistemáticos* de respostas explicitamente *escolhidas* a um conjunto de problemas que a tradição ignorava ou aos quais respondiam sem os formular” (BOURDIEU, 1996, p. 139-140), e por isso observando novamente toda a história do próprio campo. É assim que ao início do séc. XX, no conjunto de tais movimentos, dentro de cada gênero, gradativamente começará a se formar um setor mais autônomo, uma vanguarda, um setor de pesquisa e um setor comercial, voltado ao grande público. Dois polos, campos divididos e estruturalmente construídos, em oposição a várias de suas próprias características. Os levando a abandonar a oposição por gênero e se estruturarem a partir de polos (BOURDIEU, 1996).

Este tipo de estruturação, por polos, promoverá uma correspondência, uma união dos campos, onde o setor autônomo de um gênero, por exemplo o romance, se aproxima muito mais, do setor autônomo de outro gênero, do que do setor oposto, ou seja, do polo oposto, do próprio gênero. Portanto serão dois os princípios de diferenciação, independentes e hierarquizados, que começaram a estruturar estes tipos de produção, estes tipos de campo: A oposição principal entre produção “pura” e grande produção, a primeira destinada a um mercado restrito a produtores e a segunda, a satisfação das expectativas do grande público; e a oposição no interior do próprio subcampo de produção “pura”, entre vanguarda consagrada e vanguarda, entre aquela que já recolhem os frutos simbólicos por sua ruptura, e por isso é

suspeita, e aquela última que também por isso, reivindica uma chamada a ordem (BOURDIEU, 1996).

O grau de consagração artística separa gerações. Estas, medidas pela época da consagração, seja do indivíduo ou do estabelecimento, daquilo que produzem ou daquilo que apresentam. São intervalos de tempo por vezes bastante curtos entre estilos de vida, que constroem oposições “como o ‘novo’ e o ‘antigo’, o original e o ‘ultrapassado’” (BOURDIEU, 1996, p.143). São oposições muitas vezes vazias, mas que decidem classificações e existências, designando grupos pelo menor custo, mais do que definindo. Etiquetas atribuídas de criar as diferenças que pretendem enunciar (BOURDIEU, 1996) e também promover.

Nestes meios a idade social é independente da idade biológica. Isso pode ser visto, pelas consequências das lutas internas, nas atitudes daqueles que possuem e daqueles que pretendem possuir, o capital específico deste campo e seus valores simbólicos. Por exemplo, pode se ver nas atitudes de ocupantes de uma vanguarda ainda não consagrada: O desejo de querer reduzir a segunda oposição à primeira (muitas vezes àqueles de idade biológica mais avançada). A procura destes pela obtenção dos sucessos ou dos reconhecimentos que chegaram com o tempo, por meio da renegação ou do cumprimento com a ordem burguesa. As alegações do fato de que consagrações burguesas e seus proveitos econômicos, honras, vão para aqueles que produzem para o mercado burguês e para o mercado de grande consumo; mesmo estas também indo para a parte mais ortodoxa da vanguarda consagrada. Ou mesmo recusando todo e qualquer tipo de consagração social, na procura de esquivar da assimilação à arte burguesa e do efeito de envelhecimento social que ela determina (BOURDIEU, 1996).

Gradativamente vai haver uma permeação da lógica das revoluções, na produção cultural do século XX. Estas que, legitimando a si mesmas legitimam o próprio ato da revolução, que logo se torna o modelo de acesso à existência no campo, auxiliando entre outras coisas, em um processo de transformação do histórico do próprio campo. Se verá também, que logo se constituirá um esquema de pensamento, difundido ao mesmo tempo entre escritores, jornalistas e parte do público mais preocupada com distinção cultural, onde se começara a “pensar a vida literária e mais amplamente a vida intelectual, na lógica da moda, permitindo condenar, escolas, tendências, correntes, apenas dizendo que está ultrapassado” (BOURDIEU, 1996, p.146). Segundo Bourdieu (1996) não devemos observar tais processos, como ação e reação determinada, mecânica, mas envolta de um conjunto de outros fatores,

observando os campos e as relações objetivas. Em referência a Robert Wohl (1979, apud BOURDIEU, 1996, p.147) situa ser nesta virada de século, o momento em que a lógica das gerações, das ultrapassadas e daquelas que pretendem ultrapassar, se expande não só para o conjunto do campo de produção cultural, mas também para uma tendência de pensamento da ordem social. Onde o intelectual estenderia com frequência, ao conjunto do mundo social aspectos do seu microcosmo (BOURDIEU, 1996).

Vemos aqui um traço da formação de um *habitus*, ligado a uma figura recém criada, o intelectual, em dado momento e lugar, importante como já vimos, a construção deste mercado e também de seu público consumidor. Assim paradoxalmente à autonomia do campo intelectual, por exemplo, que possibilitará o ato inaugural de um escritor, permitirá que ele por meio das normas próprias do campo literário, intervenha no campo político, em nome destas mesmas normas, constituindo-se assim como um intelectual (BOURDIEU, 1996).

Encerrados em sua ordem própria, apoiado em seus próprios valores de liberdade, de desinteresse, de justiça, que excluem que possa abdicar de sua autoridade e de sua responsabilidade específicas em troca de proveitos ou de poderes temporais necessariamente desvalorizados, ele afirma-se, contra as leis específicas da política, as da Realpolitik e da razão de Estado, como o defensor de princípios universais que não são mais que o produto da universalização dos princípios específicos de seu universo próprio (BOURDIEU, 1996, p.151).

Esta característica, que é fruto de maiores relações e desdobramentos, também se expande a outros campos, e a outros atores, favorecendo um comentário autorizado de instâncias diversas (BOURDIEU, 1996).

O avanço rumo à autonomia de um campo determinado auxiliou o de outros. Pintores se beneficiaram de escritores e vice versa. Mesmo sendo microcosmos diferentes, tendo de serem analisados por sua própria trajetória, estas não excluem as relações de influência e também os embates entre os mesmos. Relações objetivas entre os próprios campos. Apesar das disputas permanentes no interior dos campos de produção, meio de transformação das relações simbólicas, e da hierarquia dos gêneros, escolas ou autores, acontecerem em um campo independente, de certo modo autônomo, sua eficácia e desfecho, sempre depende de correspondências relacionadas a fatores externos. Falamos aqui de lutas externas, seja no campo do poder, seja no campo social em seu conjunto. Observando não só como se

relacionam os microcosmos, a estas situações externas, mas também como aí se inscrevem os *habitus* de seus agentes, possibilitando realizar o que realizam (BOURDIEU, 1996).

A autonomização do campo de produção promove um novo modo de percepção e apreciação, tanto do mundo natural quanto do social e de suas representações. Um modo de percepção estético. Onde se percebe o princípio da “criação” na representação, e não no que é representado. Movimento que conduz a uma *institucionalização da anomia*, a ausência de leis ou regras, que paradoxalmente é a regra, “o princípio de visão e de divisão legítimo” (BOURDIEU, 1996, p.153), destituído da posse de quem quer que seja. Em uma associação entre, elitismo e antiutilitarismo, o artista vai menosprezar a moral convencional na religião, nos deveres e nas responsabilidades, procurando desprezar qualquer coisa que poderia dar a ideia de um serviço que a arte prestaria à sociedade. São as formas de se criarem as condições de uma nova crença, que dê sentido a uma arte de viver, que enuncie as necessidades desta nova economia dos bens simbólicos (BOURDIEU, 1996). Para que se observe nos dizeres da própria época, Bourdieu (1996), referindo-se a Gautier, nos apresenta:

[...] desenvolver livremente a invenção intelectual, ainda que ela deva chocar o gosto, as convenções e as regras, odiar e recusar acima de tudo aqueles que os pintores designam como “merceeiros”, “filisteus” ou “burgueses”, celebrar os prazeres do amor e santificar a arte, considerada como o segundo criador (BOURDIEU, 1996, p.156).

Por vezes a *illusio* torna os processos deste histórico, os acontecimentos do interior do campo, uma característica dos próprios objetos. Atos que cumulativamente vão transformando o caráter de todo o campo, de suas apostas e dos *habitus* de seus agentes e atores. Sendo depurado pelas lutas em seu interior, o princípio que define cada arte e cada gênero, só possível de ser encontrado na história de cada campo. Por exemplo, a busca pela libertação do discurso do crítico de arte, antes o escritor, logo promoverá uma disponibilidade infinita, a todos os discursos possíveis sobre a obra de arte; a retirando do absolutismo acadêmico, da verdade ideal, tanto na produção como na contemplação, para lançá-la no subjetivismo, onde cada um tem a liberdade para criar ou recriar a obra à sua maneira. Processo que culmina em Duchamp, onde os pintores serão capazes de utilizar o literato sem ser utilizados por ele, a partir da denúncia e da frustração metódica, seja na própria concepção e estrutura da obra, em um metadiscurso antecipado, ou em um comentário retrospectivo. De modo que a obra não

mais seja anexada pelo discurso, mas também não desencoraje aquela liberdade, do comentário ou da dissertação (BOURDIEU, 1996). Ou seja, logo a forma de uma tradição ou modo de análise, irão “constituir como essência trans-histórica uma espécie de quintessência histórica, isto é, o produto do lento e longo trabalho de alquimia histórica que acompanha o processo de autonomização dos campos de produção cultural” (BOURDIEU, 1996, p.160-161).

Tais fatores são importantes para observação do mercado de arte, por serem estruturantes não só do campo artístico, mas de suas relações de valoração e consagração, que são traduzidas em valores econômicos. Segundo Bourdieu (1996) esse universo à parte, é relativamente autônomo e relativamente dependente, do campo econômico e do campo político. Lugar de uma economia avessa, específica, que funciona propriamente na lógica dos bens simbólicos, isto é, ao mesmo tempo mercadorias e significações. Sendo relativamente independentes, o valor mercantil e o simbólico. Opondo-se pela distância objetiva e subjetiva com relação ao mercado e sua demanda, tácita ou expressa, se realizando por meio de estratégias perante os mesmos. Onde se entende que, “a subordinação total e cínica a demanda e a independência absoluta com respeito ao mercado e as suas exigências” (BOURDIEU, 1996, p.162) nunca se dão de forma total. São dois mercados, onde se devem evitar fronteiras nítidas, pois quanto menos censurado as práticas do aspecto “econômico”, menos legítimo é culturalmente, e menos protegido está, contra objetivações que podem revelar tais aspectos dessacralizantes (BOURDIEU, 1996).

São dois polos, dois modo de produção e dois modos de circulação. Um ante “economia”: que privilegia a produção e suas exigências específicas, advindas de sua própria história. Baseada em valores de desinteresse e de denegação, do comercial, do econômico, e do lucro “econômico”. Só reconhecendo a demanda que ela mesma produz, a partir de sua lógica própria; podendo recolher somente com o tempo o capital simbólico, como capital econômico denegado, reconhecido e por isso legítimo. Um crédito verdadeiro, que em certas condições e em um longo prazo, pode assegurar lucros econômicos. E o outro polo, o da lógica “econômica”: de indústrias literárias e artísticas. Que privilegiam a difusão, o sucesso imediato e o temporário, medido por tiragens, ajustável por demandas preexistentes. No campo, podendo acumular somente os lucros econômicos, de um empreendimento econômico ordinário, e assegurar os lucros simbólicos, somente recusando formas grosseiras de

mercantilização e privando-se de declarar completamente os seus fins interessados (BOURDIEU, 1996).

A mesma lógica se aplica a sua distribuição. Empreendimentos mais próximos do polo comercial oferecem produtos correspondentes, mais próximos ao polo comercial. Ligados direta ou completamente a uma *demanda preexistente*, em formas preestabelecidas. Outra forma de medir a posição de um empreendimento de produção cultural, para além daquilo que comercializa, é a duração do ciclo de produção. Tendo os empreendimentos de ciclo de produção curto de um lado, e os de ciclo de produção longo de outro. Os de curto, procurando minimizar riscos, ajustam-se a demandas detectáveis. Possuem procedimentos de valorização e comercialização como publicidade, relações públicas, entre outros. Procuram acelerar o recebimento dos lucros, por uma circulação e obsolescência rápida. Os de Longo, são baseados na aceitação do risco e na submissão às leis específicas do comércio de arte. Isto é, uma produção voltada para o futuro, para um público ainda por se formar, construindo estoques de produtos, os quais sempre podem perder o valor e voltar a serem simples objetos (BOURDIEU, 1996).

A diferença de antiguidade e notoriedade é outro fator, ou seja, segundo o grau de consagração e o valor mercantil das obras comercializadas. Isso também mede a posição de empreendimentos nesse campo de produção, revelando mais sobre sua relação com a “economia”. Algumas galerias de venda sem prestígio próprio, expõem relativamente uma seleção variada de pintores, de épocas, escolas e idades diferentes. Obras mais acessíveis por seu grau avançado de canonização ou disposição decorativa; possíveis de encontrar compradores diletantes, fora do círculo de colecionadores profissionais e semiprofissionais, segundo Bourdieu (1996) aqueles oriundos dos "escalões dourados" ou dentre os "industriais da moda". Assim tais galerias de venda, podem atrair parcela de artistas de vanguarda, já notados, oferecendo aos mesmos uma forma de consagração um pouco suspeita, ou comprometedora, um mercado de preços mais elevados do que em galerias de vanguarda. Já galerias de venda com prestígio próprio, são geralmente aquelas que marcaram uma época da história, por exemplo, pela reunião de uma "escola". Caracterizadas por um *partido sistemático*, uma aposta que pode consagrar tanto artistas quanto empreendimentos. É possível perceber a sua busca, na sucessão dos artistas apresentados, onde se vê uma lógica de desenvolvimento artístico, que muitas vezes leva de um ponto a outros de uma história, os

elos de ligação, as buscas de sentidos, a caça a novos artistas (BOURDIEU, 1996). É a lógica dos chamados programas de galerias.

Sobre a recepção dos produtos, a daqueles tidos enquanto “comerciais”, é mais ou menos independente dos níveis de instrução de seus receptores. Enquanto as obras de arte tidas enquanto “puras”, são acessíveis apenas a consumidores dotados de disposições, de competência, de um *habitus*, de uma condição que assegura a apreciação. Caráter que leva este campo de produção e apreciação restrita, a também ser dependente das instituições escolares, mesmo constantemente se levantando contra elas (BOURDIEU, 1996). Segundo Bourdieu (1996) a escola ocupa um lugar como o que é correspondente à igreja, delimitando o que deve e o que não deve ser transmitido e reconhecido, o que é consagrado e o que é ilegítimo, assim como o modo legítimo e o ilegítimo de abordar obras legítimas. As intuições escolares diferentes de outras, possuem um tempo lento de ação, reivindicam o monopólio das obras do passado, da consagração e da produção, pelos títulos escolares de seus apreciadores e consumidores apropriados. Concede após a morte e longos processos, a consagração pela canonização enquanto clássico, as inscrevendo em programas de estudo (BOURDIEU, 1996). Em citação sobre a sociologia da religião de Max Weber, Bourdieu (1996, p.169), aponta que estas instituições escolares devem assim como a igreja, "fundar e delimitar sistematicamente a nova doutrina vitoriosa e defender a antiga contra os ataques proféticos, estabelecer o que tem e o que não tem valor de sagrado, e fazê-lo penetrar na fé dos leigos".

Os críticos de arte, aqueles de vanguarda, se esforçam como porta vozes, os “descobridores”. Aqueles que participam das trocas de atestado de carisma, sejam das obras, sejam dos artistas ou mesmo dos empresários. Os meios como academias, ou os conservadores de museus, jogam geralmente com a tradição e a inovação moderada, na medida em que, o conjunto de decisões e de interpretações culturais permitem e se exercem sobre os contemporâneos (BOURDIEU, 1996). A frase ouvida em pesquisas de campo, por vezes proferidas em palestras ou declarações de galeristas: “Deve-se gostar minimamente de arte”. Ganha sentido, pelo que está inscrito de forma não expressa, na noção sobre a maior ou a menor audácia de agentes e atores nesse campo, aquela de que segundo Bourdieu (1996, p.169-170), o ator ou agente “só pode ser bem-sucedido se reconhece plenamente as leis e as apostas específicas da produção ‘pura’”.

No polo oposto, naquele de uma produção que privilegia o lucro “econômico”, o sucesso é garantia de valor. Ambiente onde o sucesso leva ao sucesso, neles os críticos não

podem fazer nada, além de antecipadamente, prever ou profetizar o sucesso (BOURDIEU, 1996). São os famosos comentários que saídos das redações de veículos de comunicação, como jornais, revistas, editores ou mesmo autores, inundam aos montes os versos de livros, trailers de filmes, e até anúncios de exposições de arte. Segundo Bourdieu (1996, p.170) nesse polo o fracasso é uma condenação sem saída, sem alternativas, nele “quem não tem público não tem talento”, ali o fracasso pela devoção neste mundo, não é a condição de salvação no outro, o fracasso é simplesmente o fracasso.

No meio de produção restrita da arte “pura”, o sucesso imediato é suspeito, pois pode dar a ideia da redução do valor simbólico pelo comercial. A valorização econômica de uma obra ainda sem valor. Isso já que, para este meio a recompensa legítima dos investimentos, só pode vir de fundo perdido. De onde se promove: A maneira de um dom que não pode garantir o seu reconhecimento, ou que pode, mas é vivido sem retorno; ou no dom que por pura generosidade oculta o seu reconhecimento que está por vir. São *intervalos de tempo interposto*, que a maneira de um lastro, são anteparos que dissimulam e que defendem, o lucro prometido aos investimentos mais desinteressados (BOURDIEU, 1996).

O capital "econômico" só pode assegurar os lucros específicos oferecidos pelo campo- e ao mesmo tempo os lucros "econômicos" que eles trarão muitas vezes a prazo- se se reconverter em capital simbólico. A única acumulação legítima, para o autor como para o crítico, para o comerciante de quadros como para o editor ou o diretor de teatro, consiste em fazer um nome, um nome conhecido e reconhecido, capital de consagração que implica um poder de consagrar objetos (é o efeito de griffe ou de assinatura) ou pessoas (pela publicação, a exposição etc.), portanto, de conferir valor, e de tirar os lucros dessa operação (BOURDIEU, 1996, p.170).

O comércio artístico, o da obra de arte, o da arte “Pura”, é uma daquelas práticas que sobrevivem na lógica da economia pré-capitalista. O “comércio das coisas das quais não há comércio” (BOURDIEU, 1996, p.170). Duas leituras falsas, seja à da denegação, seja a do que é denegado, ou o mesmo que, seja a do desinteresse, seja a do interesse, lançam um desafio a qualquer tipo de economismo. Ele, o mercado de arte, não pode ser apreendido como um mercado onde não há interesses mercantis e “econômicos”, mas tão pouco como um mercado cujos fins são especificamente o interesse mercantil e “econômico”. Este comércio funciona de um modo específico, dentro de suas próprias regras, “à custa de um recalque

constante e coletivo do interesse propriamente ‘econômico’ e da verdade da prática que a análise ‘econômica’ desvenda” (BOURDIEU, 1996, p.171), onde arte e negócios se conjugam.

No meio de produção cultural restrita o empresário deve possuir ao mesmo tempo e contraditoriamente, um senso de realidade, que o leva a concessões mínimas das necessidades “econômicas” denegadas, e uma convicção “desinteressada”, que exclui essas necessidades. São denegadas e não negadas, por este motivo, pelas convicções “desinteressadas”, sempre prontas a promover um motivo nobre e maior da necessidade “econômica” (BOURDIEU, 1996) algo como: “Não que o fim seja o econômico, mas infelizmente precisamos de dinheiro para fazer o que fazemos”. É possível ver um espírito de empreendimento nas condutas mais propensas a chocar a pureza econômica. Aquela pureza da representação do artista romântico, cujo Vincent van Gogh perfaz a imagem de ideal. Com o risco de permanecer em estado velado, quase ou mesmo inexistente, a intenção revolucionária procura assegurar para si, os meios “econômicos” de uma ambição irreduzível a “economia” (BOURDIEU, 1996). Ambição que pode ser vista empiricamente, em algo como: “Não importa o quanto devemos pagar; isto não tem nada ver com dinheiro, está para além dele”.

São os aspectos ambíguos deste universo da arte; que possibilitam recém-chegados sem capital, imporem sobre o mercado por meio de valores que antes, foram àqueles pelos quais os dominantes conseguiram acumular seu capital simbólico, por vezes o transformado em “econômico”. Sendo somente aqueles que sabem jogar com o que é sugestivamente “econômico”, nessa economia denegada, possam colher lucros simbólicos e “econômicos”, de tais investimentos simbólicos (BOURDIEU, 1996).

As diferenças entre as pequenas empresas de vanguarda e as “grandes empresas”, também se ligam às relações que as mesmas têm, com os produtos e os produtores. As que se estabelecem do lado de produtos novos, ainda sem valor “econômico”, as relacionadas com o “velho”, desvalorizado, e as que se ligam ao “antigo” ou “clássico”, de valor “econômico” constante ou constantemente crescente. As que estão ao lado dos produtores, se têm as ligadas à vanguarda, inda fora de uma geração (biologicamente jovens), as ligadas a autores “acabados”, “superados” (que podem biologicamente ser jovens), e a vanguarda consagrada, os clássicos (BOURDIEU, 1996).

A idade artística de um artista é medida pela posição que o campo lhe impõe, em dado momento e lugar. Consequentemente em gerações e revoluções artísticas. Por exemplo, os

artistas das galerias de vanguarda, se opõem a artistas de sua idade biológica que estão em galerias mais comerciais, não tendo nada de comum com eles além da idade biológica; assim como também se opõem a artistas mais velhos ou já mortos desses empreendimentos de vanguarda, pela idade artística, porém tendo em comum com eles, o seu próprio destino, o fato de corresponderem a uma posição de vanguarda, antes ocupada por esses já velhos ou mortos. Isto é visto por indícios de consagração tais como catálogos, artigos ou livros já ligados à sua obra. Assim a posição de um empreendimento nesse universo, pode ser observada e medida até mesmo pela relação entre, a idade artística de seus artistas e sua consequente posição, o que deixa claro tais observações (BOURDIEU, 1996).

Em certos casos esta idade artística de um artista, medida pela época do aparecimento de seu estilo correspondente, na história autônoma do campo, pode ser discordante. É o caso daqueles que continuam a produção de uma forma canônica, em todas as suas maneiras do passado. Por vezes continuadores acadêmicos, que se apresentam nos meios mais comerciais, junto a famosos pintores do passado, em áreas do comércio de luxo (BOURDIEU, 1996). “Espécies de fósseis de outra era, esses pintores que fazem no presente o que fazia a vanguarda do passado (como os falsários, mas por sua própria conta) fazem uma arte que não é, se assim se pode dizer, de seu tempo” (BOURDIEU, 1996, p. 173). Artistas de vanguarda têm mais em comum com as vanguardas do passado, do que com a sua vanguarda antecessora, precedente imediata. Sobretudo pela ausência de sinais de consagração extra artística, temporais, como condecorações, honras e encomendas oficiais, dos quais artistas do polo mais comercial também são providos (BOURDIEU, 1996).

A estima elevada que este campo de produção cultural da à juventude, está ligado a denegação do poder e da “econômica”- por causa de seu histórico. Onde por atributos de vestuário e postura corporal, muitas vezes artistas e escritores, tendem a querer se ligar ao lado da “juventude”. Já que tanto na representação como na realidade, as diferenças entre idades correspondem a diferenças entre seriedades. No caso, diferenças entre a seriedade “burguesa” e a recusa “intelectual” desse espírito de seriedade. Uma composição circular, ligada com a condição de dominante e de dominado, levada pela distância provisória ou definitiva com relação ao dinheiro e ao poder, “juventude” e “seriedade” e tudo que a elas se ligam (BOURDIEU, 1996).

Pode-se, assim, levantar a hipótese de que o acesso aos indícios sociais da idade madura, que é ao mesmo tempo condição e resultado do acesso às posições de poder, e abandono das práticas associadas à irresponsabilidade adolescente (de que fazem parte as práticas culturais ou mesmo políticas "vanguardistas") devem ser cada vez mais precoces quando se vai dos artistas aos professores, dos professores aos membros das profissões liberais, e destes aos empregados e aos patrões[...] (BOURDIEU, 1996, p. 179).

Assim Bourdieu (1996) em hipótese também atribui à possibilidade de que, indivíduos de uma mesma classe de idade biológica, possam ter idades sociais diferentes, “marcadas por atributos e comportamentos simbólicos diferentes, em função do futuro objetivo a que estão destinados” (BOURDIEU, 1996, p.179).

A respeito do envelhecimento de atores, agentes e empreendimentos, este é acarretado quando esses permanecem presos, ativa ou passivamente, a antigos modos de produção que marcaram certa época. Acabam por ficar datados. O mesmo ocorre quando presos em formas de percepção e apreciação, para eles já tidas enquanto norma transcendente e eterna, que não os possibilitam a aceitar ou a perceber a novidade. Por vezes modos de percepção e apreciação que eles próprios ajudaram a construir, os tornando reféns do próprio poder que outrora possuíram (BOURDIEU, 1996). A alta estima relacionada ao jovem, ligado a valores de mudança e originalidade, não tem relação somente com a distância entre “artista” e “burguês”, mas também deve ser entendida dentro da específica lei de mudança desse campo de produção, a dialética da distinção. Nela atores, agentes e empreendimentos, que marcaram uma época, estão destinados a cair no passado, se tornarem *clássicos* ou *desclassificados*, ou seja a se verem “fora da história ou a ‘passar para a história’, no eterno presente da cultura consagrada em que as tendências e as escolas mais incompatíveis "durante sua vida" podem coexistir pacificamente, porque canonizadas, academizadas, neutralizadas.” (BOURDIEU, 1996, p.180).

No entanto é necessário entender que o envelhecimento não é um processo mecânico de passagem para o passado, ou uma espécie de desgaste, é fruto de disputas e lutas nesse campo. O resultado daqueles que lutam para permanecer, contra aqueles que lutam para aparecer, necessariamente fazendo os outros desaparecer, caírem no passado. Dominantes contra dominados, aqueles do lado da continuidade, da identidade e da reprodução e aqueles do lado da descontinuidade, da ruptura, da diferença, da revolução... Os recém-chegados (BOURDIEU, 1996). Segundo Bourdieu (1996) a história do campo não é necessariamente a

história de lutas pelo monopólio da percepção e apreciação legítimas, mas como já vimos por sua consolidação de depuração em depuração, são as próprias lutas que fazem a história do campo, são elas que nele criam o tempo (BOURDIEU, 1996). Ou seja, o que se encontra na história do campo é o resultado de disputas tidas nele próprio, e não o registro de tudo que nele se disputou.

O tempo criado por estas lutas no meio do campo de produção, assim como vimos no capítulo a respeito do histórico do mercado de arte e sua relação com a importante etiqueta “contemporâneo”, tem suas importantes marcas distintivas. Como se pode observar pela lógica própria de suas lutas, diferir é existir, é sobreviver. O que dá as *marcas distintivas* um sinal de grande importância neste meio produção. São as palavras, os nomes próprios, de escolas, de grupos, eles constituem coisas; no melhor dos casos delimitam superficiais e visíveis propriedades das obras (BOURDIEU, 1996). Estes são necessários sinais distintivos, “*falsos conceitos, instrumentos práticos de classificação* que constituem as semelhanças e as diferenças ao nomeá-las” (BOURDIEU, 1996, p.182), são sinais de reconhecimento, que diferenciam atores, agentes e empreendimentos, e tudo que fabricam ou propõe. Uma parte da produção de uma diferença legítima, ou da produção de uma legitimidade exclusiva, por um tempo mais ou menos longo, que promove os deslocamentos de seus competidores consagrados para o passado (BOURDIEU, 1996).

Para existirem lançam para o passado os produtores consagrados, assim como seus produtos, e o gosto de seu público apegado. É um movimento que refaz observar todas as posições no campo, onde atores, agentes e empreendimentos, são todos orientados pelas idades artísticas, isto é, segundo a antiguidade da maneira de como se produz. Maneira de como se produz, a qual também é modo de percepção e apreciação, que dependendo de seu grau de canonização e divulgação, pode permitir a elevação dos preços das obras. Os empreendimentos são tão mais consagrados quanto: as obras que consegue consagrar; se o ato de consagração está longe no tempo, e a “marca” do que consagrou, é mais amplamente conhecida e reconhecida. Estes meios, campo de lutas, sejam quais forem e em que momento for, são ao mesmo tempo contemporâneos e temporalmente discordantes (BOURDIEU, 1996). *O campo do presente*, um campo de lutas “onde um autor do passado é presente na medida exata em que é ainda uma aposta” (BOURDIEU, 1996, p. 182-183). O contemporâneo é presença no presente somente na medida em que é uma aposta nesse campo de lutas, onde se disputam tempos inconciliáveis, onde que para alguns, como os tradicionalistas ou os

conservadores, o contemporâneo é reconhecido não no presente, mas no passado (BOURDIEU, 1996).

Aqui vanguarda é entendida como variação determinada de geração artística, a qual é tida como variação do modo de produção, em relação à vanguarda já consagrada. Essa vanguarda já consagrada fruto do mesmo processo, da lógica histórica e localizada, que tomará impulso a partir do século XIX. Os autores consagrados, dominantes, vão se impondo aos poucos no mercado, à medida que vão sendo banalizados, se tornando mais legíveis, aceitáveis, familiarizados, conhecidos, ligados a um aprendizado específico ou não; por lutas, da mesma maneira e medida de como envelhecem. Já as iniciativas de lutas nestes meios contra esta dominação, buscam atingir os consumidores diferenciados destes produtos distintos, como vimos, os lançando para o passado com tudo que a eles se ligam ou se apegam. Isto, para impor-se em um mercado, em dado momento, um novo produtor, novos produtos, novos sistemas de gostos... Legitimamente hierarquizados. São reivindicações de um “retorno à ordem”, sempre separados dessa ordem, por causa da referência negativa, esta que por sua vez já é uma negação, daquilo que um dia já foi à negação, da negação, e assim por diante até remontar-se ao processo de autonomização desse campo de produção (BOURDIEU, 1996).

Para certa observação de Bourdieu (1996) este campo no estágio em que se encontra (ou se encontrava no momento de suas observações), tem em todos os seus gestos, atos e manifestações, a forma de uma referência silenciosa, oculta, a outros artistas, do presente ou do passado. Se afirmando por jogos de distinção e de cumplicidade. Excluindo o profano que não considera, ou deixa escapar, as inter-relações e as interações, das quais a obra é o rastro silencioso. Forma pela qual se entende que a estrutura do campo também está presente nas produções (BOURDIEU, 1996).

Os campos da produção e difusão cultural- seja da pintura, teatro ou literatura- por se organizarem, como vimos não mais em relação a gêneros, mas a polos, medidos pela distância que mantém da demanda comercial e “não comercial”, ou seja, do descaso que podem prover com relação ao “econômico”, mantêm eles uma ligação de correspondência, uma homologia estrutural, com o campo de poder. Motivo por ser daí, dessa correspondência, o lugar de onde se extrair essencialmente, a maioria de sua clientela. As empresas mais ligadas ao meio comercial possuem preocupações com a rentabilidade econômica, e assim atuam com prudência, não assumindo riscos, e não levando o seus clientes a assumirem. Esta estrutura de oposição, entre arte e dinheiro, tende a funcionar atualmente como estrutura mental, que

organiza a produção e percepção dos produtos. Princípio que gera grande parte dos julgamentos, que procura estabelecer o que é arte e o que não é arte, o que é arte “burguesa” e o que é arte “intelectual”, o que é arte ‘tradicional’ e o que é arte de “vanguarda” (BOURDIEU, 1996).

São as homologias estruturais e funcionais, entre os espaços de autores e consumidores, e a correspondência entre, estrutura social do meio de produção e estruturas mentais sobre os produtos, que autores, críticos e consumidores aplicam, que promovem a coincidência entre, as categorias de obras oferecidas e as expectativas do público. Ou seja, existe uma coincidência entre, obras oferecidas e a expectativa sobre as obras que serão oferecidas, esperadas por seu público. Algo que pode parecer um ajustamento entre a oferta e a procura, o suprir de uma demanda, no entanto mesmo que exista este cálculo cínico, ele não é suficiente para promover a harmonia observada entre produtores e consumidores (BOURDIEU, 1996). Bourdieu (1996) defende que tais harmonias são promovidas, por causa das homologias, das correspondências, por exemplo, entre posição no campo intelectual e a posição do público no campo do poder, onde agentes e atores ao defenderem sinceramente seus interesses, igualmente defendem os interesses de seu público. Assim não estariam em um ajustamento aos gostos do público, mas em um acordo objetivo, que os autoriza a sinceridade, lhes dando crédito, os tornando eficaz. No meio de produção restrita é um alinhamento às regras dessa forma de produção (BOURDIEU, 1996).

Já no meio do campo de produção cultural mais ordinária e comercial, onde dificilmente se pode exprimir livremente sem levar em consideração a existência do polo oposto, estes, tomam seus próprios elogios e créditos, por vezes, a forma de uma defesa, de uma denúncia daqueles que lhes recusam valor. Estes simbolicamente dominados procuram inverter as coisas, e demonstrar que o conformismo está com a vanguarda, e com o seu modo de denúncia do conformismo “burguês”. Promovendo que, a verdadeira audácia está na coragem de desafiar o conformismo dos anticonformistas, mesmo se arriscando a ganharem aplausos “burgueses”, já que, a lógica do campo se aplica a todos. Isso permite ao intelectual simbolicamente dominado, voltar ao ponto de partida, já que esse movimento não está ao alcance de qualquer “burguês”, o distinguindo dele pelo menos subjetivamente, e dando lhe testemunho de coragem e audácia intelectual. Tentam voltar às armas do adversário contra ele mesmo, ou pelo menos se desvincular da imagem que seus adversários lhes atribuem, mesmo que para isso assumam o que são e a posição em que se encontram (BOURDIEU, 1996).

Correndo o risco de se negarem enquanto intelectuais, são obrigados “a reconhecer os valores ‘intelectuais’ em seu combate mesmo contra esses valores” (BOURDIEU, 1996, p.189).

Por seus interesses de “intelectual” estarem em jogo, lembremos que este é um meio de lutas e apostas, o crítico, por exemplo, na função de tranquilizar o público “burguês”, não se restringe somente a passar a imagem estereotipada que tem do “intelectual”. Mas vai sugerir que, pesquisas e audácias que podem o fazem duvidar de sua competência ou abalar suas convicções éticas, estéticas ou políticas, são advindas do gosto pelo escândalo, pela provocação, pela mistificação ou mesmo da frustração. Fazendo como vimos uma inversão estratégica da sua impotência, ou incompetência. Falaram como intelectuais que não se deixam enganar, que perceberiam algo se tivesse algo para se perceber, que não possuem receio em “enfrentar autores de vanguarda e seus críticos em seu próprio terreno” (BOURDIEU, 1996, p. 189). Aí está o gosto e o valor, que aqueles que estão no polo da produção ordinária, dão a exibição de termos estilísticos e conceituais, ou mesmo, as honras conhecidas por aqueles que não são intelectuais (BOURDIEU, 1996).

Mesmo que para alguns possa parecer estranho, este é um meio onde a “sinceridade” é a condição do sucesso. Pois ambos, a “sinceridade” e o sucesso, somente são possíveis diante de um “acordo perfeito, imediato, entre as expectativas inscritas na posição ocupada e as disposições do ocupante” (BOURDIEU, 1996, p. 190). Isto é, uma relação bem estabelecida entre as características de uma posição no campo, em um dado momento, por exemplo, artista, e as condições que seu *habitus*, que suas disposições, que já lhe designaram uma posição nesse campo, pode oferece-lhe para atuar nessa posição. Segundo Bourdieu (1996) as estruturas objetivas do campo, isto é, as correspondências estruturais em lógica própria que se desdobram em relações objetivas, “estão no princípio das categorias de percepção e de apreciação que estruturam a percepção e a apreciação das diferentes posições oferecidas pelo campo e de seus produtos” (BOURDIEU, 1996, p.190). Para tentar expressar de maneira um pouco mais simples e concreta, é o fato de: pelo modo como estes campos se estruturam objetivamente, o artista e sua obra, por causa de seu *habitus*, de suas disposições, já estão em acordo com uma determinada galeria, e mesmo determinados consumidores, ambos de disposições comuns ou correspondentes a do artista e sua obra, mesmo antes de terem um acordo, por que antes de tudo suas formas de apreciação e percepção, já são o fruto de uma estrutura objetiva desse campo, que os leva a aproximação. Meio pelo qual se pode localizar a posição do indivíduo no campo cultural, por sua relação com pessoas e instituições como

jornais, teatros, galerias, editoras, revistas, costureiros, assim como muitas vezes os aspectos de quem compra, frequenta, produz e comercializa (BOURDIEU, 1996).

Isso permite a agentes e atores deste meio, orientar-se e deslocar-se em um espaço hierarquizado. Diante de empreendimentos e públicos que constituem as obras em raridade ou vulgaridade (um inconveniente da divulgação). É o domínio prático deste sentido de orientação que, mesmo sem um cálculo cínico, por exemplo, aquele entre oferta e demanda, permite a antenados inovadores sentir e pressentir, o que se está por fazer, quando, onde, como e com quem, por já ser possível saber “tudo que foi feito, tudo que se faz, todos aqueles que o fazem e onde, quando e como o fazem” (BOURDIEU, 1996, p.190). Deste modo na lógica das relações objetivas:

A escolha de um lugar de publicação (no sentido amplo)- editora, revista, galeria, jornal - é tão importante apenas porque a cada autor, a cada forma de produção e de produto, corresponde um *lugar natural* (já existente ou a ser criado) no campo de produção e porque os produtores ou os produtos que não estão em seu devido lugar- que são, como se diz, "deslocados"- ficam mais ou menos condenados ao fracasso: todas as homologias que garantem um público ajustado, críticos compreensivos etc. para quem encontrou seu lugar na estrutura atuam ao contrário contra aquele que se extraviou de seu lugar natural (BOURDIEU, 1996, p.190-191).

As obras produzidas neste meio de produção cultural, por mais que sejam realizadas em uma lógica específica, a qual se afasta de interesses tidos como ordinários, rumo à apreensão de interesses próprios, por causa das homologias entre o campo de produção cultural e o campo de poder ou o campo social em seu conjunto, estas obras também podem se prestar a funções externas. Não de um ajustamento a uma demanda, mas pelas correspondências estruturais. A condição da cumplicidade entre produtores e clientes é a homologia, uma correspondência de pressuposições sobre determinadas posições. Cumplicidade esta, que é mais fortemente exigida, quanto mais o que se encontra comprometido, apostado, está mais perto dos investimentos esperados (BOURDIEU, 1996) no caso, o caráter distinto, de objetos distintos, de lugares distintos, compreendido por pessoas distintas de uma distinta forma de se pensar.

Produtores do polo de produção restrita, o da arte “pura”, podem com frequência ignorar a existência de produtores do polo oposto, mesmo retirando de sua oposição a maior parte de suas inspirações e energias. Por vezes, os mantêm existentes como sendo o sinônimo

de “ultrapassado”, como referência do que é negativo. Condenando da mesma maneira, aqueles que promovem interesses e práticas comerciais no terreno do sagrado, que é o meio de produção restrita, ou mesmo aqueles que tiram proveito antecipado do capital simbólico acumulado legitimamente. Ou seja, se o comerciante mais ligado ao polo de produção restrita, o descobridor, se opõe ao comerciante do polo mais comercial, é verdade também que ele se opõe aos comerciantes do próprio polo de produção restrita, que atuam contraditoriamente a esta posição. Mesmo os mais bem sucedidos produtores do polo da produção “pura”, por exemplo, os “autores de sucesso”, devem esperar a chegada daqueles cujo principal capital é a convicção e a intolerância. Os recém-chegados, promovendo as “chamadas à ordem”, interessados na denegação do interesse. Ninguém pode ignorar as leis fundamentais do campo, conjunto de censuras cruzadas, rumo à denegação da “economia”, que se convertem em caráter transcendente (BOURDIEU, 1996).

Neste meio, o artista, produtor da obra de arte, é ele mesmo produto desse campo de produção. Feito no conjunto daqueles que o promovem, que o “descobrem”, que o consagram, críticos, prefaciadores, marchands e tantos outros. O comerciante de arte é aquele que, ao mesmo tempo explora o trabalho do artista, dele fazendo comércio, aquele que o coloca no mercado simbólico, realizando exposições, e aquele que por isso, lhe concede uma consagração, tão grande quanto mais o negociante for consagrado. Uma existência conhecida e reconhecida para tal artista, garantida pelo valor simbólico que tal comerciante pode lhe assegurar. Valor simbólico este, acumulado pelo número de descobertas bens sucedidas, realizadas por tal comerciante (BOURDIEU, 1996). O que abre tanto à aquele que está sendo consagrado, quanto aquele que consagra, o acesso a uma série de espaços e meios restritos, em um ciclo de consagração, permeado por “companhias cada vez mais escolhidas, em lugares cada vez mais raros e requisitados” (BOURDIEU, 1996, p.193).

Capacidade de consagração, de tudo aquilo e de todos aqueles que pretendem consagrar, que não vem de outro lugar, se não do jogo. Das lutas neste campo de produção, entre defensores de uma ou de outra definição antagônica. No movimento que contribui de maneira determinante para produção e reprodução da crença, condição de funcionamento e efeito do campo. Meio de onde se extrai tanto a definição da produção artística, quanto à própria identidade do artista. Capital simbólico, que leva ao poder de consagração, definido no conjunto das relações objetivas de cada agente, ator ou instituição; os levando a união ou a oposição, ao estabelecer as relações de concorrência (BOURDIEU, 1996). Assim segundo

Bourdieu (1996), jamais o ato de produção material apareceu tão rebaixado diante do ato de produção simbólico, em um meio tão altamente autônomo, tão promovido, dependente, criado e recriado pelo acompanhamento de comentários e de comentadores. Processo entendido somente em relação a história do próprio campo. Tendo como sem precedentes a instauração de uma relação tão intrínseca entre, intérpretes e obra de arte:

[...] um conjunto sem precedentes de instituições de registro, de conservação e de análise das obras (reproduções, catálogos, revistas de arte, museus que acolhem as obras mais recentes etc.), o crescimento do pessoal dedicado, em tempo integral ou parcial, a *celebração* da obra de arte, a intensificação da circulação das obras e dos artistas, com as grandes exposições internacionais e a multiplicação das galerias com sucursais múltiplas em diversos países etc (BOURDIEU, 1996, p. 197).

Lugar propriamente da produção da obra de arte, de seu valor, de seu sentido, e não da mera valorização, destinada a favorecer uma apreensão ou apreciação daquilo que já teria valor. De nada vale o objeto fabricado, o trabalho de fabricação material sem o trabalho de produção do valor do objeto fabricado, sem o mecanismo, que se produzindo e reproduzindo-se, o produz como tal, e reproduz tudo que o constitui como tal (BOURDIEU, 1996). No caso, sem o Campo onde se encontra “todo o sistema dos agentes e das instituições encarregadas de produzir e de reproduzir os *habitus*” (BOURDIEU, 1996, p. 198), e que no funcionamento de seu conjunto, propiciam a *illusio*. Aspectos que sem eles, podem fazer todo o valor simbólico atribuído a determinado objeto, desaparecer.

Entendido tais aspectos e características do mercado e campo artístico, restaria aos esforços que cabem a presente pesquisa, observar como relações são estabelecidas dentro de tal lógica, nos aspectos possíveis de visualização, na formação do mercado nacional. Tendo que, perante a apresentação de características da lógica de seu funcionamento, estas relações, não só sobressaltam a percepção como também se fazem possíveis, em hipótese. Porém sabe-se que seu entendimento em análise, careceria de aplicação mais detalhada, deste conjunto de pressuposições apresentadas com Bourdieu (1996). Uma noção específica, da forma de condução em que se deu a formação do consumo cultural da população brasileira- tendo em vista as artes visuais- por vezes se restringindo, mas não de modo a isolar, a regiões específicas do território nacional. Hipóteses e observações a serem trabalhadas, que podem subsidiar um entendimento inicial, a tão importante relação desta pesquisa.

Considerações Finais: Subsídios sobre a concentração geográfica do mercado de arte nacional

Desde o início no desenvolvimento, e mesmo no esboço da elaboração de seu objeto, o presente trabalho de pesquisa, por sua característica, e assim como normalmente acontece, foi apresentado com importante série de hipóteses. Tendo como questão inicial, recorrente, a ingênua pergunta: Por que tenho que ir para São Paulo? Elaborada por mera necessidade de conhecimento, das possíveis ofertas que graduar em artes visuais poderiam oferecer, e pela grande reincidência de declarações de colegas estudantes do curso, como certo próximo passo, sua investigação logo se mostrara relacionalmente reveladora. Fazia-se impressionante as tentativas de observação, não só como compele a busca que Bourdieu (1989) propõe, de “compreender por que assim se compreende”, mas também de como o que compreendiam os indivíduos, orientava certas decisões pouco fundamentadas. O conjunto de respostas advindas do senso comum, a ingênua pergunta, do motivo, do desejo da orientação rumo à cidade de São Paulo, eram do tipo: De maior reincidência, “porque lá está o dinheiro”, depois, “porque lá está o mercado”, “porque lá estão os museus, galerias, artistas, universidades” e então por último, “porque lá tem tudo, porque lá é ‘legal’ (ou qualquer outro qualificativo positivo a cidade)”.

Fora respostas que negavam saber o motivo, ou mesmo arriscar algum, todas elas, para os próprios interrogados na universidade, não se fundamentavam expressivamente em base alguma. Eram advindas de experiências vividas, sujeitas a influências diversas, calcadas em uma série de desconhecimentos, por vezes realizadores como logo será descrito. Estas hipóteses dos indivíduos circunscritos, (as respostas) acabavam por promover uma transferência do motivo, sem lhe atribuir possíveis causas ou relações concretas. O que somente levou, a elaboração de questões dos mesmos motivos: “E por que o dinheiro está lá?” “E por que o mercado está lá?” “E por que museus, galerias, artistas, universidades, estão lá?” “E por que lá tem tudo, é ‘legal’?”. Por causa de uma rarefeita, permeada e rasteira noção até aquele momento, na universidade, do trabalho coletivo de agentes na promoção das obras de arte, quase como um apontamento de culpa, o mercado de arte foi levado a se tornar o objeto de pesquisa do presente trabalho.

Procurando, sobretudo entender a causa de sua concentração ou incidência geográfica na cidade de São Paulo, que se olhado mais atentamente, é restrito a reduzidíssimo número de bairros (como Cerqueira César, Os jardins, Pinheiros e pouco de seus entornos), veja mapa em anexo. A cidade do Rio de Janeiro, relacionada nas observações do presente trabalho, também concentra importante número de empreendimentos do mercado artístico, peça do comentado eixo Rio-São Paulo, no entanto pelas possibilidades, não se converteu em meio de observação em estudos de campo.

No entanto, considerar a concentração ou a incidência geográfica do mercado de arte, promove em certa medida, a idéia de seu isolamento ou desconcentração, em relação a outras regiões do país. Levantando a possibilidade de uma série de outras hipóteses e investigações, a respeito destas regiões; e assim como Bourdieu (1989) caracterizando o entendimento dos limites do campo, como limite dos efeitos que produz ou sofre, caracterizar o aspecto de atração à cidade de São Paulo como campo, observando os seus limites, meios e formas de incidência, no tempo e no espaço, tendo em vista o campo das artes. Fôlego que não cabe ao presente trabalho de pesquisa, e que em hipótese, poderia mostrar resultados reduzidos e muito concentrados, dependendo da extensão e amplitude geográfica das instituições e daqueles que são ou pretendem ser, agentes e atores, no campo de produção das artes visuais. Algo que vários indícios, apresentados mesmo no presente trabalho, já mostram como reduzidos. Deste modo a partir da sociologia da arte e de conceitos apresentados por Bourdieu (1996), procura-se na presente etapa deste trabalho, tomar certa liberdade no uso de formas empíricas, de experiências vividas, que se ligam especificamente ao campo das artes visuais. Trazendo com isto uma série de relações objetivas, vistas nos campos, na *illusio* e nos *habitus* de atores e agentes, que podem demonstrar de certa forma, as relações que estão mediante a concentração deste mercado.

As experiências, e os relatos da percepção, que estão por serem apresentados, se dão em três localidades, especificadas: O interior do estado de Minas Gerais, representado pela cidade de Frutal, distante de sua própria capital a altamente influenciada pelo estado São Paulo (em certas instâncias); o interior do estado de São Paulo, representado por Bauru, e a própria cidade de São Paulo, no contexto específico desta pesquisa. Salienta-se ainda que estes relatos, não são o fruto de uma pesquisa de campo, com uma série elaborada de amostra de dados, mas passagens exemplares, que dão maior concretude a um estado de coisas, de nosso próprio contexto. Partindo novamente dos conceitos de Bourdieu (1996) de campo,

habitus e *illusio*, podemos entender de forma comparativa o que se ressalta da sua aplicação na percepção dos diferentes contextos.

Em relação ao campo das artes visuais, microcosmo determinado de relações objetivas, pode-se dizer que seus efeitos, são rarefeitos e sua existência praticamente nula, tanto em Frutal (MG) quanto em Bauru (SP). Tanto os feitos que produzem no campo, que inexistem, assim como os que sofrem, de forma rarefeita, são dependentes de *habitus* dos indivíduos, ou seja, de uma série de disposições neles aprendidas. Nessas localidades, tanto em Bauru (SP) como em Frutal (MG), esta série de disposições o *habitus*, é de forma enorme, dependente do mínimo de relação, mesmo que de maneira indireta, com os campos de poder. A relação com espaços, onde indivíduos que possuem a quantidade necessária de capital específico, podem ocupar uma posição de poder, seja no campo artístico, seja no campo científico, religioso, econômico ou político (BOURDIEU, 1996). Assim em hipótese, a qualquer um que nestas duas cidades, seja o possuidor de um *habitus*, mesmo que de grau diferente, que promovera algum tipo de relação com a arte, teve uma relação diferenciada com o campo de poder. Contato com a influência do poder legitimado de algum campo, que o incutiu minimamente, uma série de pressupostos. Lembrando que nessas pequenas cidades, distantes de certo modo das capitais e de suas regiões metropolitanas, tais influências para além do contexto familiar, que pode ser visto oriundo da mesma lógica, podem também serem advindas de meios de comunicação, como o rádio, a TV ou a internet. Mas, sobretudo e principalmente, como aponta Bourdieu (1996) do “sacramentar” sistema de ensino.

É em ambientes como os que foram descritos, de campos praticamente ausentes, mas de alguma forma com indícios de sua influência, a quem quer que tenha a intenção mesmo que só de longe de apreciá-lo a existência, que vemos atitudes do tipo: “Indivíduos com uma das mãos no peito a declarar o amor, a emoção, a beleza ou mesmo o efeito, diante ou não, causado por uma obra de arte”; “a contemplação estática da obra de arte”; “o lamentar daqueles ou por aqueles, que por falta de estudo, pobreza, ignorância, espírito, vocação ou mesmo inteligência, não conseguem apreciar a obra de arte”; “o carisma do artista, criador, contemplado no mesmo momento em que é designado, inteligente, sensível, vocacionado, espirituoso, escolhido, hábil, maestro”; “a associação depreciativa (Universidade em Bauru-SP) ou valorativa (Frutal- MG; Bauru- SP) da arte com a riqueza, com as classes economicamente elevadas, com o ‘doutor’(Advogado, Médico, Juiz, Político, Arquiteto), com o ‘professor’, e em certa medida até com o ‘sacerdote’(o Padre)”. São atitudes que apesar de

relacionadas com o caráter e o movimento de outros campos, são comuns a ambas as cidades, tanto Bauru como Frutal. E que na tentativa de observação e medida, a partir do campo artístico, o presente trabalho, intenciona generalizá-los a outras pequenas cidades, de condição semelhante.

Aspectos de atitudes que unidos e aplicados, a tipos específicos de produção artística, caracterizam o habitus dessa população. A qual com atraso, no movimento mesmo de consumo do que já está desvalorizado pela divulgação (BOURDIEU, 1996), consomem, sobretudo, com a imagem de público declinado: Indiferenciadamente, obras e obras de feição, acadêmico, impressionista, expressionista e com algum custo modernas; apreendidas por isso em um ecletismo desconcertante, envolto a imagens de “recantos de estrada” (DURAND, 1989), naturezas mortas, religiosas e de um abstracionismo maneiroso⁸¹, desprovido de poder simbólico que inundam as paredes (por vezes de consultórios e escritórios). Categorização e relação de identificação, que só tem sentido em relação ao próprio campo artístico. Apesar disso, comicamente, tudo isso se encontra dentro de um campo restrito de produção e apreciação, que acumulam pouco mais de algumas dúzias de pessoas, no interior de cada uma destas pequenas cidades; envolta do campo de produção cultural voltada ao grande público, também deficitário. Apresentando em hipótese essa versão carente, maneirosa e rarefeita de efeito de campo de produção artístico, muito por causa de sua versão legítima, de sua forma legítima de apreciação, de sua estrutura e oposição.

Como se vê estas distâncias de apreciação dos campos aqui descritos, não são somente espaciais, mas também temporais, se ligando a percepção, consumindo e verificando com grandioso atraso, aquilo que é produzido; mesmo a despeito do que poderiam supor os novos meios de comunicação, por que antes de tudo, os campos e sua inserção são codificados, pela necessidade de uma série de habitus, como descrito por Bourdieu (1996) que legitimam a entrada, a aposta, a apreensão, a consolidação e a percepção. É preciso dizer também que a presente etapa de tal trabalho de pesquisa, não tem por nenhuma intenção, a desmistificação, a revelação profética, a heresia ou o desprezo ateu a uma crença, assim como coloca Bourdieu (1996), este não é o fruto da decepção amorosa que leva a satanizar o que diviniza; pois, o que se deve ter contra, a uma crença que espera o consagrar, ou melhor, “não consagrar”.

⁸¹ O uso da palavra “maneiroso” se deve ao fato de que, em observações e vivências, nos contextos descritos, foi possível entender que as práticas artísticas que deste modo foram caracterizadas, são realizadas a partir de pressupostos próprios, de boas maneiras e delicadeza. Sendo prescrito na sua produção o que deve o que não deve, o que é de bom senso e o que não é, o que é certo e o que é errado.

Agora tomando as características e os aspectos que particularmente se apresentaram na cidade de Bauru (SP), em volto ao ambiente universitário desta cidade, temos que. Diferente da outra cidade, (Frutal- MG), em Bauru (SP), cidade maior e mais populosa, se desdobrará um conjunto de atitudes e comportamentos perante a relação com o consumo cultural, ao qual será expresso, inteiramente mediado, ou no mínimo balizado, pela presença da Universidade Estadual Paulista (UNESP). E apesar do risco, de não contar com grandes estudos de campo, que poderiam exprimir relações do consumo cultural, fora do meio de influência da universidade, assim como da falta de um estudo sobre o campo universitário, que poderia se fazer revelador de muito de seus movimentos, compele se que. A *illusio* está no ar, a universalização do caráter particular, como coloca Bourdieu (1996), por meio do efeito de uma forma de crença coletiva, dada opôs numerosas disputas, se encontrou no ambiente universitário o tempo todo. Estabelecido como o lugar legítimo, da verificação legítima do que já é legitimado ou do esta por ser legítimo (BOURDIEU, 1989; 1996), nele particularmente se viu atitudes de pretensas apostas de todo o tipo:

A produção do espectador “puro”, indivíduo de fora do campo, que por isso, atesta a qualidade, o efeito, a força, e a capacidade da obra de arte (BOURDIEU, 1996; CAUQUELIN, 2005); os inúmeros benefícios do consumo cultural artístico, tidos enquanto, renovador do espírito, salvador, libertador, e até mesmo promovedor de um estado diferente de realidade social; o atestado do carisma do artista, o criador, contemplado no mesmo momento em que é designado, mas no entanto na universidade, contraditoriamente “todos” podem ser artistas, mas nem todos podem ser “um artista”; a oposição principal (BOURDIEU, 1996), em relação ao lucro e ao dinheiro, na universidade, ligado a adesão com relação a uma série de atitudes, da indeterminação adolescente, na busca de afastar “o grande mal”, isolá-lo, evitá-lo, execrá-lo, por vezes, o mercado; a objetificação parcial do campo artístico, em análise parcial que reforça o poder da *illusio*; a promoção dos milagres da arte, que a presente pesquisa nada tem a dizer em relação aos benefícios, que práticas e atividades usadas pelas artes, evidentemente tenham a promover a indivíduos em condições específicas por vezes como, transtornos, síndromes ou distúrbios, mas que em uma alquimia improvável a forma de milagres, são relacionados à legitimação assim como a legitimidade, de listas de honras já prontas, de autores, gêneros, escolas e estilos; a associação depreciativa, também por aversão ao lucro e ao dinheiro (BOUDIEU, 1996), da arte com os detentores de poder econômico, político, cultural ou outros específicos, à amaldiçoando ao mesmo tempo em que a diviniza; à aplicação de apostas artísticas, sobre a égide, de problemas da sociedade tidos enquanto

legítimos, como traz Bourdieu (1989), na análise sobre o trabalho dos sociólogos de assuntos em voga; as variadas e constantes tentativas de inversão da mesa dos valores, por vezes em apostas que relacionam que, aquele apresentado ecletismo maneirado, ligado a uma história da arte desconstruída, se converte na possibilidade de reivindicação da etiqueta “contemporâneo”, ou mesmo de negar qualquer tipo de influência ou relação com o mesmo; apostas de rebeldia de todo tipo, ligadas ao preceito de “vanguarda”, reciclando de modo singelo uma arte de inventar já inventada, por vezes, a maneira como fazem grandes artistas, como expressa Bourdieu (1996), porém em meios de poder reduzido; o não expresso ensino da anomia, sistemática ausência de regras, em aulas e exposições, como resposta em murmúrio ou exclamação, a declarações do tipo: “Eu não entendo nada de arte!” “— Entende sim!”; “— Não precisa entender”; “— É só sentir!” ou ainda “— Venha, vamos, é só tentar ler”, ao que muitas vezes, se seguem correções singelas que levam a balizar o modo de percepção; a transformação da doxa em ortodoxia diante de uma pretensa crise (BOURDIEU, 1996), por exemplo, no veto do uso da imagem de obras de arte como mera ilustração a determinada situação, o modo sagrado de perceber o sagrado; e por fim o desconhecimento realizador (BOURDIEU, 1996), uma série de dúvidas necessariamente sem repostas, que elevam a estima e a autoestima, dos indivíduos perante a relação com o campo artístico, inundados a todo tipo de entusiasmo que a dúvida, mistificada como uma espécie de detentora da possibilidade infinita, pode vir a realizar.

Em suma tudo o que foi observado no comportamento de estudantes do curso de Artes Visuais, mas que porém contraditoriamente nesse contexto específico, o leva a reclamar do curso, já que por vezes, é impossibilitado de ver, que alguns dos problemas de seu curso, são os problemas de todo o campo das artes atual. Ignorando algumas lutas e declarando uma inconveniente origem de habitus, que o leva a não perceber, a distância objetiva entre um curso de artes e um curso técnico ou profissionalizante (o que o pode modificar). Já que ninguém esperaria que um curso de literatura, seja em que língua for, ensinasse o domínio prático da realização de textos publicitários ou roteiros de cinema. As atitudes que foram descritas, e que se estabelecem a forma de uma *illusio*, efeito de funcionamento do campo, foi visto na cidade de Bauru (SP) em: professores, estudantes, pequenos agentes e atores do trabalho cultural da cidade, em ínfimos e diletantes colecionadores e marchands (se é que assim se pode dizer), em alguns apreciadores e nos artistas. A diferença de que, em pesquisas de campo, na cidade de São Paulo, tais características e atitudes, estão envoltas a uma institucionalização de variados tipos de empreendimento, de um mercado. Concorrem a uma

atuação profissionalizada de tais atitudes. Pois estão envolvidos a campos de poder realmente mais amplos, capazes de atrair por correspondências, ou melhor, homologias, uma série de indivíduos e, por conseguinte específicos capitais.

Tais atitudes assim como entendido, pela objetificação realizada por Bourdieu (1996), para além das trajetórias específicas de cada indivíduo, não passam dos efeitos e dos movimentos temporais do campo, que generalizados a características atemporais dos objetos, geram uma alquimia própria, que leva a produzir efeitos que, nem de longe, a presente pesquisa ousaria dizer falsos ou duvidosos. Por que antes de tudo tais aspectos se intencionam ligar propriamente a cultura das pessoas, a crenças que levam a sensações e sentimentos (BOURDIEU, 1989; 1996; GEERTZ, 1973; LARAIA, 2001), mesmo que de forma não homogênea (também possível motivo por aqui se apresentar este trabalho). Pois se ligam a formas de construção e conhecimento do mundo que se percebe, mas que porém, como expressa Bourdieu (1996; 1989) escondem as condições sociais de seu funcionamento e de sua existência. Assim como o mesmo (BOURDIEU, 1989) lembra que Nietzsche diz que os sacerdotes vivem do pecado, também não é exagero dizer, que este campo cultural de lutas, o campo das artes, também dependa de um estado dominante de coisas e de outro dominado:

As disposições "subjetivas" que estão no princípio do valor têm, enquanto produtos de um processo histórico de instituição, a objetividade do que está fundado em uma ordem coletiva transcendente às consciências e as vontades individuais: a particularidade da lógica do social é ser capaz de instituir sob a forma de campos e de *habitus* uma libido propriamente social que varia como os universos sociais em que se engendra e que ela mantém (*libido dominandi* no campo do poder, *libido sciendi* no campo científico etc.). E na relação entre os *habitus* e os campos aos quais estão mais ou menos adequadamente ajustados-na medida em que são mais ou menos completamente o seu produto- que se engendra o que é o fundamento de todas as escalas de utilidade, ou seja, a adesão fundamental ao jogo, a *illusio*, reconhecimento do jogo e da utilidade do jogo, crença no valor do jogo e de sua aposta que fundam todas as atribuições de sentido e de valor particulares. A economia conhecida pelos economistas, e que eles se esforçam por fundar considerando que, baseando-a em uma "natureza racional", repousa como todas as outras economias, em uma forma de fetichismo, porém mais bem mascarado que outros pelo fato de que a libido que está em seu princípio apresenta, pelo menos hoje, todas as aparências da natureza para espíritos - isto é, *habitus* - moldados por suas estruturas. (BOURDIEU, 1996, p.199).

Talvez pudéssemos perguntar a este momento, mas o que a tentativa de expressar tais aspectos e atitudes de alguns indivíduos, tem a ver com a concentração geográfica do mercado

de arte no Rio de Janeiro e principalmente em São Paulo. Veja que esta é a tentativa, de em dado momento, tentar capturar e expressar um estado de certo ambiente, que demonstre características reveladoras dos habitus, dos indivíduos aí localizados; e a razão destes mesmos, influenciar na possibilidade ou na impossibilidade, da existência de um mercado de arte local. Pois como já pôde ser vistos (BOURDIEU, 1996) este também é dependente da qualidade conjunta de seus consumidores. Nesse caso, como dito, um conjunto de aspectos, restrito a grupos muito reduzidos, cuja influência da universidade neste sentido, é pouco vista em olhar empírico, fora de suas imediações⁸².

Algo que neste contexto específico de relações, em hipótese leva a sugestão de que, o consumo de tal modalidade cultural se dá, como já previamente entendido, a partir das propriedades de habitus próprios daqueles que consomem, não exatamente sujeita ou dependente da mera falta ou existência de ofertas para tanto. Um processo de consumo cada vez mais comum, tanto pela banalização da produção artística e de seu envelhecimento no contexto nacional (um caráter que também mede a força e a idade deste campo artístico nacional) (BOURDIEU, 1996; QUEMIN, 2014; DURAND, 1989), quanto pela força dos outros campos, dos campos de poder, sobretudo do campo político e sua intenção democratizante da arte, como um direito básico do cidadão (BRASIL, 2013; JORDÃO, 2012).

Uma das questões que percorria o início da presente pesquisa, sobre a hipotética resposta ou acusação do “dinheiro”, era a pretensa existência de empreendimentos do comércio de luxo e distinção, em cidades de médio porte⁸³. Falo aqui do comércio de bens como veículos, objetos de decoração, e serviços de lazer diferenciado, cujos campos do design e de certo estilo de vida conseguiram conter. E que para a presente análise, contrastava altamente com a visível ausência do comércio artístico. O que levava, a implicante questão do montante de capital econômico necessário, para a existência ou ativação de um mercado de arte, em determinado local. Uma relação que agentes e atores deste meio de produção, atuantes no mercado ou não, simplesmente respondiam como: “é necessário muito dinheiro!”. Bem... Pela lógica própria destes tipos de negócio, a lógica dos bens simbólicos (BOURDIEU, 1996), ao mesmo tempo mercadorias e significações, pode-se supor que essa resposta é ao mesmo tempo falsa e verdadeira, e pelo mesmo motivo.

⁸² A também comentada cidade de Frutal (MG) possui um campus universitário estadual, Universidade estadual de Minas Gerais (UEMG, 2018). Com seus cerca de sete cursos, em olhar empírico, até o momento não reverbera a mudanças de práticas e consumo cultural fora de sua própria localidade (UEMG, 2018).

⁸³ Refere-se aqui a cidades brasileiras entre meio milhão e um milhão e meio de pessoas.

Verdadeira na medida em que, os indivíduos destas cidades menores, mesmo quando em condições de perfazer um consumo de custo econômico elevado, não se tornam somente por esse motivo, possíveis agentes ou atores deste meio de produção. Por vezes quando não ligados por seus *habitus*, a aquele ecletismo maneiroso e pouco diferenciado (ou caracterizado), ainda sim por conta de seus *habitus* e uma distância tanto temporal quanto espacial, do campo hegemônico dessa produção, consomem e desejam com atraso aquilo que já está impossível ao seu alcance, por conta da consagração. Caráter que o leva a considerar arte, aquilo que já é muito caro, impossível ou que nem mesmo imaginava poder adquirir, (um Van Gogh, um Renoir, um Da Vinci) por vezes, por isso remetido novamente ao ecletismo maneiroso, sem maiores distinções. E falso, como pôde ser visto, na medida em que não se refere somente à quantidade de capital econômico, mas também a qualidade deste capital econômico. Ou seja, ao fato de também esses indivíduos, não se caracterizarem enquanto agentes e atores deste campo, pela ausência do capital específico para tanto, digamos, “pela baixa qualidade deste dinheiro”, não importando a sua quantidade. É necessário também se atentar ao fato de que os preços no mercado artístico podem com facilidade superar aqueles, deste descrito pretenso comércio de luxo.

Assim pode-se perceber a este exemplo, o porquê de cidades de médio porte, em comparação com o comércio artístico (e a despeito de suas formas de manutenção administrava, produção e de seus lucros monetários reais), poder comportar empreendimento de elevado luxo, serviço, design e decoração. Pois são se comparados ao campo artístico, ao seu capital específico, e com suas homologias estruturais, dotados de peças de fraquíssimo ou nulo poder simbólico. Peças de design e decoração de valor monetário tão elevado quanto algumas obras de arte, no entanto de valor honorífico, simbólico, praticamente menor, ligado possivelmente à outra lógica, a outro caráter de distinção, a outro campo e a outras homologias. Pensar que por um lugar conseguir realizar o comércio de objetos tão monetariamente caros, quanto obras de arte, também poderia conseguira vender arte, é desconsiderar o valor simbólico tanto das obras, quanto de seus compradores. É a possível consideração reducionista, a despeito do grande desconhecimento de acervos privados de obras de arte no Brasil (ENCONTRO DAS ARTES VISUAIS, 2018; QUEMIN et al, 2014), de que o que importa é a comercialização de valores e lucros monetários, o que não é estritamente verdade.

Mesmo com obras de arte de valor econômico bem mais baixo, do que muitos objetos próximos de design e decoração, além de valores materiais, econômicos, também é preciso se comercializar os valores e os lucros simbólicos. Os quais ousa-se dizer aqui, nem de longe tais espaços, pequenas e médias cidades, conseguiriam promover, porque ali se ausenta propriamente uma forte crença coletiva, uma *illusio*, esta por sua vez ligada a campos de poder, que possam perfazer a existência de grupos que se pretendam distintos. Aquelas lojas do pretense comércio de luxo, não possuem tal potencial de capital simbólico, seja do que vendem, de como vendem, de quem é seu dono, de onde se localizam, por que vendem, e para quem vende; assim como quem compra não tem motivos “nobres” de por que comprar, por que escolhe o que escolhe, de como escolhe, nem por que colocará onde vai colocar, ou de onde mora e por que mora, para quem mostra e por que mostra, por que observa e como que observa. Tudo que colecionadores ansiosos a entrar nos “escalões dourados” da prática, declaram em palestras vistas nos estudos de campo, principalmente na feira SP-Arte.

Poderia se supor aqui, a necessidade de uma verificação mais concreta e incisa, a ambientes específicos, pois como poderia saber se realmente existe ou se ausentam empreendimentos do comércio artístico em certas localidades. Pois veja, que assim como entendido a partir de Bourdieu (1996; 1989), na possível tentativa de objetificar sem ser capturado pelo objeto, por aquilo que tende a querer ser percebido enquanto tal, não é possível considerar em uma mesma medida, tanto objetos quanto empreendimentos. Estes que são tão diferentes no campo das artes. É possível verificar a existência de uma série de pretensos empreendimentos do comércio artístico, e pequenos marchands em cidades menores e de médio porte, porém considerá-los todos exemplares de uma mesma espécie, é desconsiderar totalmente as relações objetivas, e os modos de estruturação em que este campo funciona e é construído. Relações de distinção e oposição também vistos no cenário brasileiro, de toda maneira como já foi descrita a esta lógica, nos trabalhos que apresenta e comercializa, nos catálogos de artistas, nos ciclos de produção, nos meios de circulação, nos empreendimentos, entre outros. Lembremos que discorremos aqui, a respeito de um campo de produção restrito, da arte “pura”, do mercado de arte, de um meio de lutas, que se quer autônomo, de *habitus* específicos, da relação de dominantes e dos dominados, sujeito a um funcionamento de nível global, onde com dificuldade o meio nacional, em si já em luta, exerce apostas internacionais. É assim que em hipótese pode se insinuar o irrisório ou nulo, número destes empreendimentos nestas localidades. A questão aqui são propriamente as lutas internas, propriamente o campo de produção artístico nacional.

Na periferia do mundo, como dizem galeristas, nossos empreendimentos são recorrentes de ciclos de produção curto. Longe da específica análise de galerias nacionais, o pouco que pôde ser percebidos por eventos descritos no primeiro capítulos, é um campo com grande dificuldade de envelhecimento, onde consequentemente as apostas de galerias, tomam caráter demasiado comercial. Isto é, uma infinidade de desconhecidos artistas que aparecem no meio artístico, por galerias e logo tornam a desaparecer nelas mesmas. Processo que cria um caráter de artificialidade, dando a mostra processos de valorização, por força de promoção comercial, a criação do valor, e não de valorização merecida, ou seja, de homologação de valor correspondente. Tendo um inchaço de intermediários, como vimos no segundo capítulo, de atuações diversas e não especializadas, se desdobrando para manutenção de carreiras e empreendimentos. Artistas e um campo ávido, por mudanças muito aceleradas, da reivindicação por diferença e distinção, de *habitus* novos, da criação de produtos novos, antes que os velhos percam um valor, que custa renovar.

Por vezes aquelas irrisórias ondas de progressismo desenvolvimentista do passado, de cidades de médio e pequeno porte, que levam ao piegas romancear do amor cívico de cidadãos destas cidades, e que inundam orgulhosamente sua história e seus museus (FRANCISCO, 1976; OLIVEIRA, 2011), não levaram com efeito aos desdobramentos, de um consumo cultural distinto em relação às artes. Muito menos a longíssima possibilidade do desenvolvimento de *habitus*, que se desdobrem em possibilitado mercado de arte; claramente dependente em nosso contexto, de uma relação diferenciada ou característica, de contato com os campos de poder tomados a nível nacional. Torna-se interessante a presente pesquisa perceber que, num processo próprio, bem parecido com aquele em que autores e agentes dominados recriminam os dominantes (BOURDIEU, 1996), cidades de uma espécie de poder simbólico dominado em dado contexto, vão falar dos valores, por exemplo, do interior, a partir de uma acusação dos grandes centros. A inversão da mesa dos valores, o volta das armas do inimigo contra ele mesmo, a desvinculação da imagem que o concorrente tem dele, de que o conformismo está do lado dos grandes centros, daqueles que por oposição lês recusam valor. Defesa recorrente daquilo que por oposição e distinção não tem valor. Do mesmo modo em que autores dominantes podem ignorar dominados, mas dominados não podem ignorar dominantes.

E assim como diz Bourdieu (1996; 1989), estes são aspectos que se ligam a estruturas de construção mental da realidade, tão vistas em caracterizações do tipo: no “fim de mundo”,

em “lugar nenhum”, na “Roça”, um “lugar ruim”, no “interior”, ou mesmo, num “lugar tranquilo”, “sem problemas”, no “convívio com a natureza”, “acolhedor”, “o voltar às origens puras”. Etiquetas ligadas a cidade de médio e pequeno porte. Este piegas romancear cívico de cidadãos, de médias e pequenas cidades, leva a presente pesquisa a considerar em hipótese que, assim como a desconsideração, ela leva a promoção da exclusão e do isolamento, por sua estruturação da percepção a partir da oposição. Percepção do mundo, que de certo modo relega certos meios a uma espécie de vácuo, detentores de uma história própria, não relacionada a qualquer outra, rumo à especificidade de análise, interna e não inclusa no “todo”. O que em hipótese tende a debilitar sua relação com os campos de poder.

É do caráter particular com relação aos campos de poder, que se faz necessário observar. A talvez já percebida relação objetiva, correspondente no campo de produção e consumo das artes visuais no Brasil, entre os campos de poder e o estrangeiro. Seja sobre a imagem do imigrante, do colono ou do mesmo daquele que vem de fora, de tempos em tempos como foi possível ver a partir do histórico do mercado de arte, o estrangeiro possui aparições e papéis não negligenciáveis que, repercutem habitus e relações com o campo de poder que antes, já tracejava fora deste país. Muito por considerar os movimentos de formação da sociedade brasileira (DIÉGUES, 1980), o caráter presente dos campos de produção e consumo das artes visuais neste país, apresenta-se a um olhar mais atento, muito as aparências de um produto importado. Com relevantes presenças de extração internacional ainda hoje. Se faz impressionante a recorrência das relações que muitos dos agentes, atores, ou empreendimentos, elevados a certa importância, em diferentes períodos, carregam com o elemento estrangeiro. Meio de onde viera a prática, a inserção, o consumo, o desejo de distinção, a autonomia, e certo caráter de sua reprodução (DURAND, 1989). Ligado a habitus vindos de fora e correspondências estruturais e funcionais onde pudessem se estabelecer aqui dentro. Isso claramente a despeito e em uma oposição de certo grau, a práticas de outra lógica de variados povos nativos, os indígenas do Brasil, povos escravizados, negros vindos da África, e de imigrantes de baixa extração de diferentes lugares do mundo.

Uma relação que em hipótese, suscita assim como bem discrimina Bourdieu (1996), que indivíduos de uma mesma idade biológica apresentem idades sociais diferentes- por causa de seu futuro objetivo, por sua relação com o campo de poder e assim com o acesso aos indícios da vida adulta ou da seriedade, que não são mais que acesso a posições de poder- quais foram estas relações em diferentes períodos daqueles de posição dominada, e por que assim o foram,

em território nacional. O mesmo vale para a análise da extração e da composição de populações de cidades de médio e pequeno porte, observando em diferentes períodos sua relação, por vezes tacanha, com os campos de poder. Tudo isso em hipótese confere um caráter estruturante dos *habitus* de indivíduos, que configura no estado atual, diferentes formas de consumo cultural. Não por mero acaso que na procura de indícios do campo artístico em outras regiões do país (DURAND, 1989; FRANCISCO, 1976; OLIVEIRA, 2011), fora dos eixos de referência principal, as poucas representações que se pode encontrar em diferentes períodos do passado, a despeito de custos de fabricação e aquisição, sempre estão relacionadas a um caráter diferenciado com o campo de poder, políticos influentes, famílias de grandes posses, relação com centros de poder ou com o meio internacional. Toda uma série de correspondências próprias do meio nacional e seu histórico, que também influenciam na configuração do estado atual de inscrição das artes visuais em nosso meio.

Um caráter que hipoteticamente pode estabelecer relações com dados, apresentados no segundo capítulo. Por onde vemos o baixíssimo grau de atração causado, por atividades da área das artes visuais e seus segmentos. Uma possível consequência do caráter diferenciado dos meios necessários para tal consumo cultural, assim como o indício desta oferta e sua distribuição, histórica em território nacional. O que foi traduzido no presente trabalho, pela trajetória da atividade comercial no Brasil, relegada a regiões específicas, como as cidades do Rio de Janeiro e São Paulo. No entanto os usados dados estatísticos pouco podem referenciar, diretamente a ordem dessa relação de consumo cultural no país, apesar de indícios contundentes como a relação do sudeste com artes visuais, principalmente do estado de São Paulo.

O específico elemento estrangeiro de certa extração é elemento fundante, do caráter nacional de campo, *habitus* e *illusio*; e devido ao caráter de formação do país, estabelecido em uma alquimia própria, auxiliada por diversos campos de poder no meio nacional. Podendo-se destacar neste contexto o particular e grandioso papel, já salientado em outro por Bourdieu (1996; 1989), das instituições de ensino, ratificadoras da reprodução deste caráter, e em nosso meio, impregnadas de um papel tanto civilizatório, quanto socializador, e por fim democratizante. O fato de o campo artístico seguir uma relação intrincada com os campos de poder, como o campo econômico e o político, configurada de maneira diferente dependendo do lugar para o qual se segue, pode ser visto na decisão de Chateaubriand e Maria Bardi, em

colocar o museu, hoje MASP, em São Paulo e não no Rio de Janeiro, por São Paulo à época, já ser uma capital econômica do país (DURAND, 1989).

Em duas entrevistas com galeristas, realizadas para a presente pesquisa, buscando entender sua existência em cidades fora do comentado eixo Rio- São Paulo, o campo acabou por ser salientado. Nelas as galeristas, não propriamente se mostraram dependentes dos habitus dos moradores de suas próprias localidades. Tanto na região metropolitana de Belo Horizonte quanto na de Porto Alegre, as galeristas selecionadas na SP Arte, se mostraram atuantes em relação ao campo das artes e não alheio a ele. De modo que distantes de formas mais grosseiras de comercialização, de certo modo seus compradores chegam até elas através de um jogo estratégico com o próprio campo. Pelo fato de seus compradores não propriamente ou necessariamente, residirem na região, mas em uma espécie de círculo de pares, em um campo de consumidores destes tipos de bens. O que varia em relação à posição destes empreendimentos, no caso medido principalmente pelo caráter do que comercializam. Para além disto também se empenham em processos do ensino da arte, a partir de suas exposições.

Algo que poderia contribuir no entendimento desta questão, seria saber quem é o comprador de arte no Brasil. O que uma pesquisa realizada pela Feira Parte em 2017 procurou responder. A partir das respostas de 677 formulários, conseguiu-se detectar que dentre aqueles que compraram cinco obras ou mais nos últimos cinco anos, 54,4% são do gênero masculino, e 46,6% do feminino; com 29% tendo de 31 a 40 anos, 21% de 41 a 50, e 28% de 51 a 60. Deles 64,1% são compradores habituais, tendo comprado entre duas ou mais de cinco obras nos últimos cinco anos. Entre os que compraram cinco ou mais nos últimos cinco anos, em sua maioria são artistas e galeristas, seguido por engenheiros, empresários, arquitetos, advogados, administradores, professores, fotógrafos. 56,1% deles realizaram de duas, ou mais de cinco viagens ao exterior nos últimos dois anos, sendo que destes 72,9% compraram de cinco ou mais obras nos últimos cinco anos. 100% dos que compraram de duas ou mais obras nos últimos cinco anos, possuem habitus culturais como ir a exposições de museus, abertura de galerias, feiras de arte, shows de música e palestras; porém não tanto frequentam o teatro, festivais e lançamentos literários, música clássica e design; e menos ainda eventos de arquitetura e interior, ópera, moda, dança e feiras de publicação independente (A PARTE/PRODUÇÕES CULTURAIS, 2017). Aspectos que não delimitam exatamente aqueles que

compram arte na população brasileira, mas que incidem e exibem largamente o caráter desse campo de produção.

Muito diferente da Europa a autonomia do campo artístico no Brasil, não advém de uma negação financeira, contra meios e coerções, mesmo que adotando seus princípios. Advém muito, de uma adesão à maneira de distinção social, ancorada e gerada pelo meio econômico, muito como nos traz Bourdieu (1996, p.111) com Émile Zola, que o dinheiro o libertou. Já que aqui, no Brasil, não precisavam se libertar da pressão de mecenas e de gostos menos requintados, os quais se expandiam na França. A troca de bastão entre campos diferentes na corrida pela autonomia do campo artístico nacional, ganha peso naqueles que melhor estão inseridos dentro dos campos de poder, sejam artistas ou não. Diferente de Paris, por aqui, a carreira artística não foi no passado, uma escapatória a jovens sem sucessos. Foi produto e atividade, que por muito, carregou grande proeminência de importância, ligado a uma sociedade ainda por se fazer e não a forma de exílio para excluídos, colocados à parte da mesma.

Apresentado o mercado de arte e entendido aspectos singulares de seu funcionamento, o presente trabalho, se recolhe nas presentes hipóteses. Apesar de baseadas nos modelos teóricos de Pierre Bourdieu, acredita apresentar importantes fatores para observação de situações concretas do cotidiano. Dos primeiros encontros com o mercado de arte e de seu total desconhecimento, para além do se impressionar e posteriormente do entendimento, ainda se concentra em estado velado, uma série de posições concretas vividas neste meio. São empreendimentos, atores, agentes, públicos e colecionadores, que observados em lógica própria, parecem flutuar na maneira como desejam ser vistos, e não como realmente são ou onde estão. Inertes recebemos auto afirmações, auto representações em formas de correspondências cifradas, codificadas pelo habitus.

Como pôde ser apreendido no presente trabalho, por vezes simples perguntas, produzidas na banalidade do cotidiano, tão ingenuamente quanto “Por que devo ir para São Paulo”, exigem o quebrar de cifradas formas de percepção, que em dado momento tendem a ser, formas de conhecimento da realidade. As formas de percepção, no entanto, não costumam estar isentas de algum singular dado da realidade, e aqueles detectados pela presente pesquisa, oferecem resquícios da origem localizada dessa forma de percepção. Uma série de característica, como números de exposições, número de instituições, e capacidade de promoção e atuação de agentes e atores do meio de produção das artes visuais, também

possivelmente possibilita a cidade de São Paulo, a ser um ponto de referência. A mesma ainda conta uma trajetória histórica, que para além de seu não abordado desenvolvimento econômico do século XX, também conta com um caráter marcante no comércio de obras de arte.

Bibliografia

ABRIL, Editora S. A. **Toulouse Lautrec: Abril Coleções**. São Paulo: Abril, 2011.

ABRIL MÍDIA S/A. **Passeios: White Cube**. Disponível em: <<https://vejasp.abril.com.br/esta-belecimento/white-cube/>>. Acesso em: 03 Fev. 2018.

AHWS. **Arquivo Histórico Wanda Svevo**. Documento Abertura. Pavilhão Ciccillo Matarazzo. Disponível em: <<http://arquivo.bienal.org.br/pawtucket/index.php/Detail/documento/108636>>. Acesso em: 14 ago. 2018.

ALFREDO Volpi. In: ENCICLOPÉDIA Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras. São Paulo: Itaú Cultural, 2018. Disponível em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/pessoa1610/alfredo-volpi>>. Acesso em: 25 de Fev. 2018. Verbete da Enciclopédia. ISBN: 978-85-7979-060-7.

ALMEIDA E DALE. **Galeria**. Disponível: <<http://almeidaedale.com.br/galeria/>>. Acesso em: 10 ago. 2018.

A PARTE/ PRODUÇÕES CULTURAIS. **O Novo Comprador de Arte: Resultado da Pesquisa**. 2017. Disponível em: <<https://www.dropbox.com/s/hf5dfxpmxuc7nj5/Pesquisa%20PARTE%20PRODU%C3%87%C3%95ES%20CULTURAIS%20-%20PERFIL%20COMPRA%20DE%20ARTE.pdf?dl=0>>. Acesso em: 26 Set. 2018.

ARTEBH FEIRA DE ARTE CONTEMPORÂNEA. **Sobre: A Feira**. Disponível em: <<http://feiraartebh.com.br/#>> Acesso em: 21 Mar. 2018.

ARTNET, Worldwide Corporation. **Past Auction: Henri de Toulouse-Lautrec déféquant sur la plage du Crotoy, Picardie (4 works), 1898**. 2018. Il. Disponível em: <<http://www.artnet.com/artists/maurice-joyant/henri-de-toulouse-lautrec-d%C3%A9f%C3%A9quant-sur-la-plage-1IwenmSIYiUOjjethNpMxA2>>. Acesso em: 23 de Se. 2018.

ARTREVIEW. **POWER 100. 2018 Power 100: This year's most influential people in the contemporary artworld**. 2018. Disponível em: <<https://translate.google.com/?hl=pt-BR#en/pt/2018%20Power%20100%0AThis%20year's%20most%20influential%20people%20in%20the%20contemporary%20artworld>>. Acesso em: 14 nov. 2018.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA "A HEBRAICA" DE SÃO PAULO. **Espaços: Salão Nobre Marc Chagall**. Disponível em: <http://www.hebraica.org.br/agenda/marc_chagall/index.html>. Acesso em: 24 Fev. 2018.

BIENAL DE SÃO PAULO. **Fundação Bienal: Fundação. Bienal de São Paulo**. 2018. Disponível em: <<http://www.bienal.org.br/fundacao>>. Acesso em: 24 Abril de 2018.

_____. **Pavilhão**. 2018. Disponível em: <<http://www.bienal.org.br/pavilhao.php>>. Acesso em: 07 Fev. 2018.

BOURDIEU, Pierre. **As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

_____. **O Poder Simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

BRASIL, Governo Federal. **A funarte: sobre a instituição**. 2010. Disponível em: <<http://www.funarte.gov.br/a-funarte/>>. Acesso em: 19 Fev. 2018.

BRASIL, Mec. E-Mec. **Instituições de Educação Superior e Cursos Cadastrados**, 2018. Disponível em: <<http://emec.mec.gov.br/>>. Acesso em: 1 nov. 2018.

_____. Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep) **Resumo técnico: Censo da Educação Superior 2015**. 2. ed. Brasília : Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira, 2018. Disponível em: <<http://portal.inep.gov.br/web/guest/resumos-tecnicos1>>. Acesso em: 13 de Julho de 2018.

BRASIL. Lei n. 8.313, de 23 de dezembro de 1991. Restabelece princípios da Lei n. 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) e dá outras providências. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos, D.O.U. de 24 dez. 1991. Disponível em: <<http://rouanet.cultura.gov.br/legislacao/>>. Acesso em: 21 Fev. 2018.

BRASIL, Ministério da Cultura. **Sistema de apoio às leis de incentivo à cultura: Dados Quantitativos - modalidade mecenato**. Disponível em: <http://sistemas.cultura.gov.br/salinet/conQtdeCaptacaoAnoRegiaoUFAreaSegmento/conQtdeCaptacaoAnoRegiaoUFAreaSegmento.php?script_case_init=1&nmgp_opcao=grafico&campo=968&nivel_quebra=3>. Acesso em: 10 Abril de 2018.

_____. **Notícias Destaques: Ministério da Cultura apresenta nova estrutura**. 2013. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/noticias-destaques/-/asset_publisher/OiKX3xIR9iTn/content/ministerio-da-cultura-apresenta-nova-estrutura/10883?redirect=http%3A%2F%2Fwww.cultura.gov.br%2Fnoticias-destaques%3Fp_p_id%3D101_INSTANCE_OiKX3xIR9iTn%26p_p_lifecycle%3D0%26p_p_state%3Dnormal%26p_p_mode%3Dview%26p_p_col_id%3Dcolumn-1%26p_p_col_pos%3D2%26p_p_col_count%3D4>. Acesso em: 21 Fev. 2018.

_____. **O Ministério: Apresentação**. 2013. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/o-ministerio>>. Acesso em: 20 de Set. 2018.

_____. **Sistema de apoio às leis de incentivo à cultura**. Disponível em: <<http://sistemas.cultura.gov.br/salinet/Salinet/Salinet.php>>. Acesso em: 9 de Maio de 2018.

_____. **Sistema de apoio às leis de incentivo à cultura: Dados Quantitativos - modalidade mecenato**. Disponível em: <<http://sistemas.cultura.gov.br/salinet/conQtdeCaptacaoAnoRegiaoUFAreaSegmento/conQtdeCaptacaoAnoRegiaoUFAreaSegmento.php>>. Acesso em: 09 Abril de 2018.

_____. **Sistema de apoio às leis de incentivo à cultura**. Disponível em: <<http://sistemas.cultura.gov.br/salinet/Salinet/Salinet.php>>. Acesso em: 9 de Maio de 2018.

BRASIL, Portal da Lei Rouanet. **Lei Rouanet: Legislação**. Disponível em: <<http://rouanet.cultura.gov.br/legislacao/>>. Acesso em: 21 Fev. 2018.

BRASIL. Decreto nº8.837, de 17 de Agosto de 2016. Aprova a Estrutura Regimental e o Quadro Demonstrativo dos Cargos em Comissão e das Funções de Confiança do Ministério da Cultura, remaneja cargos em comissão e funções gratificadas e substitui cargos em comissão do Grupo Direção e Assessoramento Superior - DAS por Funções Comissionadas do Poder Executivo Federal - FCPE **Diário Oficial da União**. Brasília, 18 Ago. 2016. Seção 1, p. 3. Disponível em: <<http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=18/08/2016&jornal=1&pagina=3&totalArquivos=68>>. Acesso e: 21 Fev. 2018.

BRASILIANA ICONOGRÁFICA. **Obras Gravura: Rio de Janeiro de Castella**. 2017. Il. Disponível em: <<http://www.brasilianaiconografica.art.br/obras/19058/rio-de-janeiro-de-castella>>. Acesso em: 14 ago. 2018.

BUENO, Maria Lúcia. O Mercado de Arte no Brasil em Meados do Século XX. In: BUENO, Maria Lúcia (Org.). **Sociologia das artes visuais no Brasil**. São Paulo: SENAC, 2012.

CANDIDO Portinari. In: ENCICLOPÉDIA Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras. São Paulo: Itaú Cultural, 2018. Disponível em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/pessoa10686/candido-portinari>>. Acesso em: 25 de Fev. 2018. Verbete da Enciclopédia. ISBN: 978-85-7979-060-7.

CAUQUELIN, Anne. **Arte contemporânea: uma introdução**. São Paulo: Martins, 2005.

COMPLIANCE. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2018. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Compliance&oldid=53011300>>. Acesso em: 29 ago. 2018.

CUBE, White. **Artists: Damien Hirst**. 2018. Disponível em: <http://whitecube.com/artists/damien_hirst/>. Acesso em: 24 Fev. 2018.

_____. **Jay Jopling: HOME**. Disponível em: <<http://www.jayjopling.co.uk/>>. Acesso em: 03 Fev. 2018.

DEMO, Gisela; FOGAÇA, Natasha; PONTE, Valter; FERNANDES, Thais; CARDOSO, Humberto. Marketing De Relacionamento (CRM): Estado da Arte, Revisão Bibliométrica da Produção Nacional de Primeira Linha, Institucionalização da Pesquisa no Brasil e Agenda de Pesquisa. **RAM. Revista de Administração Mackenzie**. São Paulo, vol. 16, n. 5, Set./ Out. 2015. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1678-69712015000500127&lang=pt> Acesso em: 12 Mar. 2018.

DIÉGUES, Júnior Manuel. **Etnias e culturas no Brasil**. Rio de Janeiro: Biblioteca do Exército, 1980.

DROUOT. **Information: Drouot since 1852**. 2018. Disponível: <https://www.drouot.com/static/drouot_guide_drouot.html?actionRoute=apropos>. Acesso em: 25 de Julho de 2018.

DURAND, José Carlos. **Arte Privilégio e Distinção: Artes plásticas, arquitetura e classe dirigente no Brasil, 1855/1985**. 1. ed. São Paulo: Perspectiva: Editora da universidade de São Paulo, 1989.

DVIR GALLERY. **DVIR GALLERY**. Disponível em: <<http://dvirgallery.com/>>. Acesso em: 18 de Fev. 2018.

EMMATHOMAS. **Emmathomas: A GALERIA**. 2018. Disponível em: <<https://www.emmathomas.com.br/2017/11/reinauguracao-emma-feira-parte-2017/>> Acesso em: 13 Mar. 2018.

ENCONTRO DAS ARTES VISUAIS, 1, 2018, São Paulo. **Colecionismo Institucional: Como incentivar sua expansão**. SELECT. 1º Encontro das Artes Visuais na íntegra. 15 jun. 2018. Disponível em: <<https://www.select.art.br/encontro-artesvisuais/>>. Acesso em: 11 ago. 2018.

ESCRITORIO DE ARTE. **Artistas: Carlos Araújo**. 2018. Disponível em: <<https://www.escrioriodearte.com/artista/carlos-araujo>>. Acesso em: 15 Mar. 2018.

FIALHO, Ana Letícia. A Expansão do mercado de arte no Brasil: oportunidades e desafios. In: QUEMIN, Alain; FIALHO, Ana Letícia; MORAES, de Angélica. **O Valor da Obra de Arte**. São Paulo: Metalivros, 2014.

FMA, Fundação Marcos Amaro. **EDITAL FMA: OCUPAÇÃO FÁBRICA SÃO PEDRO – ITU**. 2018. Disponível em: <https://fmarte.org/wp-content/uploads/2017/04/EDITAL_FMA.pdf>. Acesso em: 24 Fev. 2018.

_____. **Institucional: Sobre FMA**. 2018. Disponível em: <<https://fmarte.org/institucional-fundacao-marcos-amaro/>>. Acesso em: 24 Fev. 2018.

FNEM. Fórum Nacional de Entidades Metropolitanas. **Painel: Número de Municípios em Unidades Regionais**. Emplasa, GIP/ CDI, 2018. Disponível em: <<http://fnembrasil.org/>>. Acesso em: 12 ago. 2018.

FOLHA DE S. PAULO. **Ilustrada: Galeria Britânica White Cube fecha filial em São Paulo depois de 3 anos**. 04 Jul. 2015. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2015/07/1651743-galeria-britanica-white-cube-fecha-filial-em-sao-paulo-depois-de-3-anos.shtml>>. Acesso em: 03 Fev. 2018.

FOUNDATION, Biennial. **Biennial foundation: Directory of Biennials**. Biennial Foundation. 2018. Disponível em: <<http://www.biennialfoundation.org/home/biennial-map/>>. Acesso em: 21 Abril de 2018.

FRANCISCO, Carlos Moura. **As Artes plásticas Em Mato Grosso Nos Séculos XVIII e XIX**. [s.l]: Edição Da Fundação Cultural do Mato Grosso E Museu De Arte e De Cultura Popular Da Universidade Federal Do Mato Grosso, 1976.

GEERTZ, C. **The Interpretation of Cultures**. New York: Basic Books, Inc., Publishers, 1973.

GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO. SECRETARIA DE ESTADO DA CULTURA. Lei n. 12.268, de 20 de fevereiro de 2006. Institui o Programa de Ação cultural – PAC, e dá providências correlatas. Publicada na Assessoria Técnico-Legislativa, aos 20 de fev. de 2006. Publicado em: D.O.E. em 21 de fev. 2006, Seção I – pág. 01. Disponível em: http://www.proac.sp.gov.br/proac_icms/legislacao/. Acesso em: 19 Fev. 2018.

GRUPO ESTADO. **Acervo: Assis Chateaubriand**. 1995/2018. IL. Disponível em: <<https://acervo.estadao.com.br/noticias/personalidades,assis-chateaubriand,325,0.htm>>. Acesso em: 15 ago. 2018.

GUIA ARTE E CULTURA SÃO PAULO 2017. São Paulo: Brasileiros, mar./jun. 2017.

GV CULT. **O Mercado de Arte: Brasil e Internacional**. Disponível em: <<https://pt-br.facebook.com/events/275962979408146/>>. Acesso em: 25. Fev. 2018.

IAC. **INSTITUCIONAL: PROJETOS INCENTIVADOS**. 2015. Disponível em: <<http://www.iacbrasil.org.br/projetos-incentivados>>. Acesso em: 09 Fev. 2018.

IBERÊ CAMARGO, FIC. **Fundação Iberê Camargo**. Disponível em: <<http://iberecamargo.org.br/>>. Acesso em: 09 Fev. 2018.

IBERÊ Camargo. In: ENCICLOPÉDIA Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras. São Paulo: Itaú Cultural, 2018. Disponível em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/pessoa1721/ibere-camargo>>. Acesso em: 25 de Fev. 2018. Verbetes da Enciclopédia. ISBN: 978-85-7979-060-7.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Índice de Desenvolvimento Humano**. Brasil. 2017. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/pesquisa/37/30255?tipo=ranking&localidade2=530010>>. Acesso em: 11 ago. 2018.

_____. **Produto Interno Bruto dos Municípios**. Brasil. 2017. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/belo-horizonte/pesquisa/38/47001?tipo=ranking&localidade2=520870>>. Acesso em: 11 ago. 2018.

_____. SIDRA. Sistema IBGE de Recuperação Automática. **Pesquisa de orçamento familiares 2008/ 2009**. Brasil. Disponível em: <<https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/pof/tabelas>>. Acesso em: 11 ago. 2018.

_____. SIDRA. Sistema IBGE de Recuperação Automática. **Estimativas de População 2017**. Brasil. Disponível em: <<https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/estimapop/tabelas>>. Acesso em: 12 ago. 2018.

IMS. Instituto Moreira Salles. **IMS fotografia**. 2014. Il. Disponível em: <http://fotografia.ims.com.br/sites/#1534227188778_32>. Acesso em: 14 ago. 2018.

_____. Instituto Moreira Salles. **IMS fotografia**. 2014. Il. Disponível em: <http://fotografia.ims.com.br/sites/#1534221422729_31>. Acesso em: 14 ago. 2018.

INSTALAÇÃO. In: ENCICLOPÉDIA Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras. São Paulo: Itaú Cultural, 2018. Disponível em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo3648/instalacao>>. Acesso em: 23 de Fev. 2018. Verbete da Enciclopédia. ISBN: 978-85-7979-060-7.

ITAÚ CULTURAL. **Home**. 2018. Disponível em: <<https://rumositaucultural.org.br/>>. Acesso em: 03 Fev. 2018.

_____. **Itaú Cultural: quem somos**. 2017. Disponível em: <<http://www.itaucultural.org.br/quem-somos>>. Acesso em: 06 Dez. 2017.

JACQUES, Paola B. Elogio aos errantes. Breve histórico das errâncias urbanas. Arquitectos, São Paulo, ano 05, n. 053.04, **Vitruvius**, out. 2004. Disponível em: <<http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitectos/05.053/536>>. Acesso em: 31 de out. 2018.

JORDÃO, Gisele. **Panorama setorial da cultura brasileira 2011/2012 / Gisele Jordão, Renata R. Allucci**. São Paulo : Allucci& Associados Comunicações, 2012.

_____. **Panorama setorial da cultura brasileira 2013- 2014 / Gisele Jordão, Renata Rendelucci Allucci**. São Paulo : Allucci & Associados Comunicações, 2014.

JULIE BELFER. **Julie Belfer: Home Page**. Disponível em: <<https://www.juliebelfer.com/>> Acesso em: 14 Mar. 2018.

KAAYSÁ. **KAAYSÁ: art residency**. Disponível em: <<https://www.kaaysa.com.br/portugues>>. Acesso em: 25 de Fev. 2018.

LABOR. **Labor: Contacto**. Disponível em: <<http://www.labor.org.mx/contacto/>>. Acesso em: 18 Fev. 2018.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: Um Conceito Antropológico**. 14. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

LASAR Segall. In: ENCICLOPÉDIA Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras. São Paulo: Itaú Cultural, 2018. Disponível em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/pessoa8580/lasar-segall>>. Acesso em: 25 de Fev. 2018. Verbete da Enciclopédia. ISBN: 978-85-7979-060-7.

LATITUDE, Platform for Brazilian Art Galleries Abroad. **Apresentação**. Disponível em: <<http://www.latitudebrasil.org/sobre-nos/apresentacao/>>. Acesso em: 31 Jan. 2018.

LOIOLA, Elisabeth. Proposição de Método de Mapeamento de Cadeias Produtivas de Setor das Artes. In: VALIATI, Leandro; LETÍCIA, Ana Fialho (Org.). **Atlas econômico da cultura brasileira: metodologia I**. Porto Alegre: Editora da UFRGS/CEGOV, 2017. p. 53- 79. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/publicacoes1/-/asset_publisher/xadX3oKvTsLq/content/atlas-economico-da-cultura-brasileira/10883>. Acesso em: 13 ago. 2018.

MADE, Mercado. **Arte. Design. MADE: Sobre**. Disponível em: <<https://www.mercadodeartedesign.com/sobre>>. Acesso em: 21 Mar. 2018.

MAPA DA CULTURA. Espaços. Disponível em: <<http://mapas.cultura.gov.br/>>. Acesso em: 14. Nov. 2018.

MET, The Metropolitan Museum of Art. **Browse the Collection: They Refused This... the Ignoramuses!! (Ils m'ont refusé ça...les ignares!!)**. 2000- 2018. Il. Disponível em: <<https://www.metmuseum.org/art/collection/search/393323>>. Acesso em: 23 de Set. 2018._

MOMA, The Museum of Modern Art. **Art and artists: Jean-Michel Basquiat**. 2018. Disponível em: <<https://www.moma.org/artists/370>> Acesso em: 14 Mar. 2018.

_____. **Art and artists: Robert Rauschenberg**. 2018. Disponível em: <<https://www.moma.org/artists/4823>> Acesso em: 14 Mar. 2018.

MONTE-MÓR, R. L. As teorias urbanas e o planejamento urbano no Brasil. In: DINIZ, Clélio. C; CROCCO, Marco (Org). **Economia regional e urbana: Contribuições teóricas recentes**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006. p. 61–85. Disponível em: <<http://www.mi.gov.br/documents/10157/1928347/Economia+Regional+e+Urbana.pdf>>. Acesso em: 31 de out. 2018.

MOULIN, Raymonde. **O Mercado da Arte: Mundialização e Novas Tecnologias**. Porto Alegre: Zouk, 2007.

MPF, Ministério Público Federal. **Caso Lava Jato**. Disponível em: <<http://www.mpf.mp.br/para-o-cidadao/caso-lava-jato>> Acesso em: 12 Mar. 2018.

_____. Procuradoria da República no Paraná. **Lava Jato: MPF denúncia mais cinco pessoas por lavagem de dinheiro e corrupção**. 29 Jul. 2015 Disponível em: <<http://www.mpf.mp.br/pr/sala-de-imprensa/noticias-pr/lava-jato-mpf-denuncia-mais-cinco-pessoas-por-lavagem-de-dinheiro-e-corrupcao>> Acesso em: 12 Mar. 2018.

_____. Procuradoria da República no Paraná. **Justiça condena operador financeiro preso nas fases iniciais da Lava Jato**. 25 Mai. 2016. Disponível em: <<http://www.mpf.mp.br/pr/sala-de-imprensa/noticias-pr/justica-condena-operador-financeiro-preso-nas-fases-iniciais-da-lava-jato>>. Acesso em: 12 Mar. 2018.

_____. Procuradoria Regional da República da 2ª Região. **Lava Jato: MPF/RJ e PF investigam lavagem de dinheiro por meio de obras de arte**. 08 Mai. 2017. Disponível em: <<http://www.mpf.mp.br/regiao2/sala-de-imprensa/noticias-r2/lava-jato-rj-mpf-e-pf-investigam-lavagem-de-dinheiro-por-meio-de-obras-de-arte>> Acesso em: 12 Mar. 2018.

MÚLTIPLO. In: ENCICLOPÉDIA Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras. São Paulo: Itaú Cultural, 2018. Disponível em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo3806/multiplo>>. Acesso em: 19 de Fev. 2018. Verbetes da Enciclopédia. ISBN: 978-85-7979-060-7.

MUSEU LASAR SEGALL. **Museu Lasar Segall**. Disponível em: <<http://www.mls.gov.br/>>. Acesso em: 26 Set. 2018.

OLIVEIRA, Emerson Dionisio Gomes de. Diferentes Semanas de Arte de 1922: apropriações periféricas. In: SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA. 26. 2011, São Paulo. **Anais...** São Paulo: ANPUH, 2011. Disponível em: <http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/16245/1/EVENTO_DiferentesSemanasArte%20de1922.pdf>. Acesso em: 05 nov. 2018.

PAREJA, Luciana N. 52 Bienais No Tempo e no Espaço. **SELECT**, São Paulo, n.20, out./nov. 2014. Disponível em: <<https://www.select.art.br/edicao/edicao-20/>>. Acesso em: 09 ago. 2018.

PARTE FEIRA DE ARTE CONTEMPORÂNEA. **2017: GALERIAS PARTICIPANTES.** 2017. Disponível em: <<http://www.feiraparte.com.br/expositores/>> Acesso em: 17 Mar. 2018.

PARTE FEIRA DE ARTE CONTEMPORÂNEA. **Sobre: Quem Somos.** Disponível em: <<http://feiraparte.com.br/>>. Acesso em: 13 Mar. 2018.

PERFORMANCE. In: ENCICLOPÉDIA Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras. São Paulo: Itaú Cultural, 2018. Disponível em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo3646/performance>>. Acesso em: 22 de Fev. 2018. Verbetes da Enciclopédia. ISBN: 978-85-7979-060-7.

PLACA DE GESSO. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2018. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Placa_de_gesso&oldid=52708215>. Acesso em: 24. Fev. 2018.

PM8, Galeria. **Contact.** Disponível em: <<http://www.pm8galeria.com/contact/>>. Acesso em: 18 Fev. 2018.

QUEMIN, Alain. Evolução do mercado de Artes: internacionalização crescente e desenvolvimento da arte contemporânea. In: QUEMIN, Alain; FIALHO, Ana Letícia; MORAIS, Angélica. **O Valor da Obra de arte.** São Paulo: Metalivros, 2014.

READY-MADE. In: ENCICLOPÉDIA Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras. São Paulo: Itaú Cultural, 2018. Disponível em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo5370/ready-made>>. Acesso em: 22 de Fev. 2018. Verbetes da Enciclopédia. ISBN: 978-85-7979-060-7.

SEBRAE NACIONAL. **Legislação: Entenda o que é uma Eireli.** 11 de Jun. 2018. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-o-que-e-uma-eireli,4fe2be300704e410VgnVCM1000003b74010aRCRD#>>. Acesso em: 15 nov. 2018.

SECRETARIA DA CULTURA DO ESTADO DE SÃO PAULO. **ICMS: Legislação.** Disponível em: <http://www.proac.sp.gov.br/proac_icms/legislacao/>. Acesso em: 19 Fev. 2018.

SELECT. Da Redação. Da Hora: Outros Mercados Chave. **SELECT**, São Paulo, n. 39, jun./jul. 2018. Disponível em: <<https://www.select.art.br/edicao/select-no-39/>>. Acesso em: 10 ago. 2018.

SEMANA DE ARTE NA FGV. 2016. FGV EAESP- Escola de Administração de Empresas de São Paulo. **O Mercado de Arte: Brasil e internacional**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=BFabYMFfodw>>. Acesso em: 24 Fev. 2018.

SILVA, José Armando P. da. **O mercado de arte moderna em são Paulo 1947 a 1951**. São Paulo: MAM/SP, 2017.

SOTHEBY'S INSTITUTE OF ART. **Home Page**. 2018. Disponível em: <<http://www.sothebysinstitute.com/>>. Acesso em: 31 Jan. 2018.

SOTHEBY'S. **About Us**. 2018. Disponível em: <<https://www.sothebys.com/en/about?locale=en>>. Acesso em: 31 Jan. 2018.

SP-ARTE EVENTOS CULTURAIS. **A feira: Publicações- 2017**. Disponível em: <<https://www.sp-arte.com/a-feira/publicacoes/2017/>>. Acesso em: 26 Set. 2018.

_____. **Mídia: Sp-Arte Fotos e Vídeos**. Disponível em: <<https://www.sp-arte.com/midias/2017/no-pavilhao/>>. Acesso em: 23 Mar. 2018.

_____. **Sp-Arte: a feira**. Disponível em: <<https://www.sp-arte.com/a-feira/catalogos/2017/>>. Acesso em: 10 Fev. 2018.

TED, Conferences. **About: Our organization**. Disponível em: <<https://www.ted.com/about/our-organization>>. Acesso em: 24 Fev. 2018.

_____. **Our Organization: How TED works**. Disponível em: <<https://www.ted.com/about/our-organization/how-ted-works>>. Acesso em: 24 Fev. 2018.

THORNTON, Sarah. **O que é um artista? Nos bastidores da arte contemporânea**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2015.

_____. **Sete Dias no Mundo da Arte: Bastidores, Tramas e intrigas de um mercado milionário**. Rio de Janeiro: Editora Agir, 2010.

UEMG, Universidade Estadual de Minas Gerais. **Cursos: Graduação**. 2018. Disponível em: <<http://frutal.uemg.br/cursos2.php>>. Acesso em: 20 Set. 2018.

VALIATI, Leandro; LETÍCIA, Ana Fialho (Org.). **Atlas econômico da cultura brasileira: metodologia I**. Porto Alegre: Editora da UFRGS/CEGOV, 2017. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/publicacoes1/-/asset_publisher/xadX3oKvTsLq/content/atlas-economico-da-cultura-brasileira/10883>. Acesso em: 13 ago. 2018.

VALIATI, Leandro. et al. Economia Criativa e da Cultura: conceitos, modelos teóricos e estratégias metodológicas. In: VALIATI, Leandro; LETÍCIA, Ana Fialho (Org.). **Atlas econômico da cultura brasileira: metodologia I**. Porto Alegre: Editora da UFRGS/CEGOV, 2017. p. 11- 30. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/publicacoes1/-/asset_publisher/xadX3oKvTsLq/content/atlas-economico-da-cultura-brasileira/10883>. Acesso em: 13 ago. 2018.

APÊNDICE — Conteúdo extra

O presente trabalho traz consigo quatro anexos. Sendo três imagens e um texto que melhor pode desenvolver alguns entendimentos, que ficaram menos concretos no seu desenvolvimento. Trata-se da transcrição de parte da palestra realizada no evento Galerias em Debate, com o tema Marcos Legais, onde o palestrante Celso Grisi, pôde nos dar uma melhor noção das formas de operação e preocupações desta área comercial. O que foi capturado, a partir de anotações e gravação sonora, em aparelho inteligente de telefonia celular. As imagens são mapas, extraídos das pesquisas de Carlos Durand (1989), do Guia Arte e Cultura São Paulo 2017 (2017), e o mapa da feira SP-Arte 2017. Relação de imagens que pretende estabelecer comparações esclarecedoras, com outras informações desta pesquisa. No entanto, no caso, sem o desdobramento de análise ou investigação.

ANEXO A — Falas, menções e referências da palestra “Marcos Legais” de Celso Grisi em Galerias em Debates: mudanças e oportunidades

[...] Então hoje em dia existe a possibilidade de você ter uma *Eireli*⁸⁴ para ser sócio de uma galeria. Bom tirando esta questão, que é uma questão de fundo, acho que o importante para as galerias, é que de uma vez por todas elas tomem consciência, de que elas precisam se regularizar e estar cumprindo todos os deveres aí, em relação a tributação. E é impossível para uma galeria... A primeira vez que eu fui trabalhar com uma galeria, eu percebi que é impossível para galeria estar de acordo com a legislação tributária, ou com a legislação de *compliance*, se os fornecedores dela não estiverem. Se os artistas não estiverem regularizados, é impossível que uma galeria esteja regularizada, enquanto os fornecedores, que são os artistas, não estiverem 100% cumprido a legislação tributária, as galerias não conseguirão cumprir a regularização tributária.

Acho muito difícil que isso aconteça, é uma questão de choque cultural. Já foi muito mais difícil, há dez anos atrás você assessorar algumas galerias, conversar com os artistas,

⁸⁴ Empresa Individual de Responsabilidade Limitada (Eireli) é uma categoria empresarial criada em 2011, com o propósito de terminar com a figura do sócio “fictício”. O que era comum em empresas registradas como sociedade limitada, já que antes, só podia ser constituída, no mínimo com duas pessoas, e agora também pode ser aberta, com um só sócio. Permitindo a separação entre, patrimônio empresarial e privado, tratando o patrimônio social da empresa de modo isolado (SEBRAE NACIONAL, 2018).

sobre essa questão de abrir eventualmente uma pessoa jurídica, essa pessoa jurídica estando no simples ou se está no presumido, ou está na sistemática do livro caixa e continua na pessoa física. Essas questões a gente pode discutir, a gente vai discutir já, mas é necessário que seja feita. Aí a geleira de outro lado, ela tem que pensar também, como ela trabalha o mercado primário e o seu próprio mercado secundário. Mesmo as galerias de arte contemporânea, que atendem ao mercado primário, eventualmente recebem obras em devolução, ou uma obra que seja trocada por uma terceira obra maior, e que foi dado como parte do pagamento e daí por diante. Isso é normal que aconteça no dia a dia das galerias e se isso acontecer, a galeria tem que ter a possibilidade à oportunidade, de ter, de fazer a intermediação de negócios.

Então veja aí, a gente já entrou no âmbito de três esferas governamentais por hipótese. A galeria pode prestar o serviço de intermediação de negócios. Intermedia compra e venda de dois clientes, de uma determinada obra que ela tenha vendido ano passado, ou que ela conheça o artista profundamente. Segunda coisa que a galeria pode fazer, e que é o mais normal, ela compra a obra e revende à obra, isso é normal que as galerias façam, boa parte das galerias tem feito isso. E a terceira operação, que tem sido hoje em dia discutida e fiscalizada, é a operação em que o artista tenha o seu próprio ateliê e a galeria expõe as obras, devolve as obras para o ateliê e o ateliê faz a venda, e a galeria faz a intermediação de negócios, cuja tributação então é mais baixa, mas existe essa possibilidade também. Não é a normal, não são todas as galerias que fazem isso... Mas faz uma hipótese. Então vamos dar dois passos para traz dizendo um pouco sobre as questões, os regimes tributários aos quais as galerias podem estar.

As galerias podem primeiro optar pelo simples, o mais normal. A gente vê, das associadas da ABACT 85% das galerias são optantes pelo simples nacional, que é uma vantagem na hora de reduzir os encargos trabalhistas dos funcionários da geleira, e eventualmente ela faz o trivial que é compra de artista revenda para colecionador. Operação simples tributariamente, do ponto de vista de regulação vamos dizer contábil e de compliance, contábeis fiscal, também operação simples para o contador, só que ela tem duas limitações importantes. A primeira limitação, é que ela pode vender até 3.600.000 por ano no mercado nacional, é uma limitação por que esses três milhões e seiscentos nem sempre é o suficiente, a galeria quer vender mais do que 300 mil reais por mês, e mais 3.600.000 por exportações, lembrando que na exportação não existe benefício fiscal. Então veja que uma galeria optante pelo simples vai sempre estar em desvantagem, em relação às galerias que estão no lucro

presumido e estão exportando, a galeria que esta no lucro presumido e exporta, ela não paga PIS e COFINS e não paga ICMS, faz uma venda numa feira internacional. Só que é importante notar, então ela paga imposto de renda e contribuição social. No lucro presumido, imposto de renda e contribuição social, numa empresa no lucro presumido exportando, ela vai pagar efetivamente 2.88% do valor da nota, de imposto.

A galeria que estiver no lucro no simples, ela não fará isso, ela tem lá um degradê, uma tabelinha, quanto mais ela vende a alíquota dela aumenta. Certo? E a alíquota máxima gira em torno se não me engano de 13 a 14%. Certo? Então vamos dizer por hipótese que uma galeria pequena, que venda três milhões e seiscentos por ano no Brasil, três milhões e seiscentos por ano no exterior. Ela vai estar pagando lá por volta de 14, 15% de imposto. Bem já a galeria no presumido que venda em torno de setenta milhões de reais por ano, entre vendas no Brasil e vendas no exterior, nas exportações dela ela só paga 2.88%. Acho que essa é uma importante para vocês se organizarem, o negócio. Então não é raro, nos clientes que eu eventualmente atenda, que a gente vê duas galerias ou a gente vê um escritório de arte e uma galeria, um escritório de arte EPP (Empresa de Pequeno Porte), um escritório de arte no simples e uma galeria de arte com o mesmo nome, convivendo paralelamente. Por que é melhor você se internacionalizar pelo lucro presumido do que se internacionalizar pelo simples, está bem, isso é uma mensagem importante.

Bom nas vendas locais, a operação do simples é muito simples, todo mundo conhece, é igual a das exportações, mas para quem está no lucro presumido não. Aí nas vendas locais, se tornam... A gente tem um problema seríssimo. Por que nas vendas locais, a gente teria que aplicar o ICMS (Imposto Sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços), na venda dentro do Brasil, a não ser que a gente esteja vendendo dentro da SP-Arte ou da Arte-Rio que gozam ou tem gozado nos últimos anos de benefícios fiscais de isenção de ICMS. Aliás, só para fazer um parêntese, quem sempre grita sobre esse assunto é a Luiza, a Luiza Strina; é verdade também que para a maioria das galerias da ABCT né, da associação, que 75% delas estão no simples, elas não usufruem de benefício nenhum, quando elas estão vendendo nestes dois ambientes que desfrutam de isenção de ICMS. Elas não usufruem de benefício nenhum, quando elas estão no simples e estão vendendo na SP-Arte, por exemplo. Ao passo que as empresas que estão no lucro presumido desfrutam, assim como as internacionais que vem ao Brasil e não tem imposto de ICMS e importação. Mas fechando esse parêntese, eu acho que é importante então a gente fechar que a empresa que está no lucro presumido, a galeria que está

no lucro presumido, ela tem 3.65 de PIS e COFINS, mais os 2.88 de imposto de renda e contribuição social e os 18% de ICMS. Seu eu não estou falhando a conta está chegando perto de 26%, sobre o faturamento total da obra de arte.

Então você comprou por hipótese por 50 do artista, vendeu por 100, 26% dos 100 são do governo, então por tanto você tem 74, mas você combinou com o artista de pagar 50, então você paga 50 para o artista na compra da obra. Sobrou 24 para pagar todas as operações da galeria. Então de duas uma aqui, a gente se encontra, está meio num beco sem saída, ou a gente reduz o valor do artista e combina com o artista: *“olha a gente tem que rachar esse imposto e portanto eu não vou te pagar 50, eu vou te pagar 50 menos 13% e vou arcar com 13% de operação de compra e venda”*- ou se regulariza o artista e o artista regularizado como uma pessoa jurídica ele pode efetuar a venda diretamente pro colecionador, e você emiti uma nota de intermediação de negócios. Essa operação é uma operação que tem que ser muito bem contratada, documentada. Por que eu já vi autuações de galerias dizendo: *“olha isso aqui, a galeria tem que fazer compra e venda e não necessariamente tem que fazer a intermediação”*, você tem que me mostrar como essa obra transitou no seu estoque, e aí nós temos um outro problema que é a questão contábil dentro das galerias.

As galerias normalmente não tem controle de estoque quando elas estão no lucro presumido. Elas passam do simples para o presumido, no simples não precisaria ter um controle de estoque efetivo e sério, nunca analisaram o estoque das galerias. Quando ela passa para o presumido ela não tem essa competência e esquece de que ela deveria contratar alguém que a ensinasse essa competência, de controlar o estoque, e é aí que eu vejo as autuações. Então, não que planejamento tributário que eu estou dizendo agora seja ruim, mas às vezes a aplicação na prática do planejamento tributário, pode ser temerária e ruim para a galeria, na hora de se confrontar com o fiscal. Mas só para gente ter em grossos números, como é que isso funciona, se a galeria é uma prestadora de serviço e intermediação de negócios, entre artista e colecionador, e tem na verdade um espaço de exposição, única e exclusivamente, ela é tributada, se estiver em São Paulo, a 5%, mais os números do lucro presumido, então ela tem uma tributação próxima a 19% sobre que ela recebe, 50. Já não é mais os 26% sobre os 100% da operação, certo. Ela paga 19% sobre 50, o que efetivamente é um valor próximo a 10 reais dos 50 vendidos, e na hipótese anterior a gente estava falando de 26% sobre 100 reais, que são 26 reais, sobraria 74. Então a galeria, na hipótese anterior onde ela compra e vende, ela comprou por 50, revendeu por 100, ela ficou com 26% de tributo, sobrou 74, pagou

os 50 da obra que ela comprou. Ela sobrou efetivamente com 24 reais. Certo. Nessa operação que eu estou pretendendo explicar para vocês, que é a operação de intermediação de negócios, a galeria vende por 50, paga 20%, sobra 40 reais na mão dela, e não 24. Então a margem, ela é, a margem tributária deste planejamento é, não é insignificante. Tem que ser pensado isso, mas não pode ser pensado e aplicado com equipe eventual, que eventualmente vocês tenham contábil e financeira da galeria, que vocês tinham no simples. Cresceu virou uma empresa no lucro presumido, com uma maior quantidade de funcionários, você precisa ter alguém que controle seu estoque corretamente.

E eu sei que é uma loucura, eu conheço galerias que tem sete mil obras no acervo, por que o artista, não sei também, não guarda no acervo dele ou guarda pouco e quer usar o seu armazém. Então eu sei as dificuldades das operações de vocês, e às vezes o estoque, não está todo na galeria, está no armazém contratado... Então eu conheço as dificuldades, mas isso teria que ser muito bem alinhado. Então são estas duas questões que eu ponho em relação às galerias. Bom então vocês entenderam, que vocês vão ter que formalizar os artistas. Normalmente estes caras tem dificuldade, de se entender como é que se formaliza, ou não querem se formalizar. É os artistas, se você pegar a legislação e o histórico da legislação tributária para artista de arte contemporânea, o artista realmente nunca foi uma PJ ele sempre foi uma pessoa física.

Então você tem lá a legislação do imposto de renda, o artista pessoa física tem o livro caixa, e eu só conheci um artista nestes nove anos que eu trabalho que fez isso corretamente, na verdade não é o artista é o pai do artista que aprendeu a fazer. Era um cara também enfronhado nas artes e enfim aprendeu a fazer e fez para sua filha artista. Que é ter um livro caixa, isso é o normal como se fosse um dentista, lembra como é que o dentista seria tributado. Ele tem lá o ateliê, tem lá água, luz, telefone, uma assistente, possivelmente a secretaria, os insumos que ele compra e registra. Tudo isso com nota fiscal, os artistas quando vão comprar normalmente não pedem nota fiscal. Registram tudo isso como despesa do dia no livro caixa, as despesas do mês, e depois todas as vendas que ele faz ele somente emite um recibo simples, não é obrigado a ter nota fiscal, por um convênio CONFAZ. Pessoa física habitualmente fazendo negócios de mercancia ou então atividades de comerciante, ele vende a obra, então por tanto ele deveria recolher ICMS, mas a legislação do ICMS vem e diz: *olha, eu sei que esse cara é complicado, não vamos cobrar dele vamos cobrar da galeria ou de outra pessoa*. Então é diferido não existiria ICMS nesse momento, em que o artista vende

para uma empresa, para uma galeria, então ele está bem com relação a ICMS; no livro fiscal ele apurar tudo que ele vendeu com o recibo, mostra as entradas na conta bancária, ou os recibos que ele recebeu em dinheiro, menos tudo que ele gastou durante o mês. Faz a conta, subtração da despesa, da receita menos despesa, ele vai chegar num valor, chegando neste valor ele paga o imposto de renda no último dia útil do mês subsequente, que é o imposto de renda de todos os assalariados brasileiros. A alíquota de 27,5 que todo mundo acha alta, mas é a alíquota de todos os assalariados brasileiros.

Então essa é a hipótese um. É assim que a legislação nasceu é assim que funcionaria a vida de um artista. Mas se não me engano há três anos atrás, dois anos atrás, com a reforma do simples e com a entrada em vigor do MEI, um artista pode tirar um CNPJ via micro empresário individual e daí por diante emitir nota fiscal até o limite de 60.000 reais. Se não me engano esse limite foi aumentado recentemente acima de 60.000 mil reais por ano, o que não refresca quase nenhum artista né. Então o artista teria que realmente ser uma empresa no simples, e aí no simples o artista hoje... em dia pode optar por ter uma empresa no simples, e é isso que eu recomendo para a maioria absoluta dos artistas. Que emitam esta nota, normalmente contra a galeria ou eventualmente contra o colecionador diretamente. É assim que os artistas então deveriam funcionar e assim também que as galerias deviam funcionar. Tudo bem? (Pergunta o palestrante – que perante a plateia em silêncio continua) Duvido! Nenhuma questão?

Alguém da Plateia fala: Mas o pagamento teria que ser direto na conta do artista, certo?

Celso Grisi: Então essa é uma questão importante, não necessariamente. Bem lembrado, por que é o seguinte, o que eu recomendo para fazer esta segunda operação né, da galeria, em que ela tenha uma redução relevante da carga tributária. Eu recomendo que você tenha um contrato desde já com o artista, você não precisa mentir no contrato, fala: *Eu galeria represento o artista tal desde a data tal, de agora em diante o artista possui um pessoa jurídica tal tal tal*. Formaliza a operação inteira e diz: *Olha, eu talvez tenha durante a exposição ou depois da exposição obras deste artista no meu telheiro, mas apenas como depositária desta obra*. Ou faça a exposição e as obra vão para exibição na minha galeria, mas depois eu devolverei e elas não são de minha propriedade, eu não estou comprando e não estou consignando a obra, é importante deixar isso claro no contrato. Não há uma consignação, apenas uma posse temporária. Se não me engano a legislação tributária de São Paulo, aí precisaria ver no Rio de Janeiro, prevê que a obra possa ficar consigo até 180 (dias)

meses, renováveis por mais 180 (dias) meses. Então de novo volto à história do controle de estoque. Meses não dias, então seis meses mais renováveis por mais seis meses. Então importante o controle de estoque aí, por que você tem que ter certeza de que a obra não está ficando dois, três anos com você no seu telheiro. É um controle chato, mas é assim se você quiser ter uma redução da carga tributária, é assim. E aí você pode colocar neste contrato inclusive, que você entregará as duas notas para o cliente, e que o cliente pode fazer o pagamento só na sua conta, da galeria, e que você recebe, mas o artista tem que autorizar isso no contrato, que você receba por ele e de quitação por ele, e que depois você faz reconto de contas mensal com o artista, por uma simplicidade, por comodismo.

A mesma pessoa: Mas então tá, mas a nota do artista vai ser só 50% ou 100%? Você tá falando uma coisa...

Celso Grisi: Não, não, não, quando é feita duas notas, aí entra seu acordo comercial com o artista, 50% a 50% que é o usual, mas 40% 60%, 40% 30%, se tem que ver.

A mesma pessoa: E a gente recebe estas duas notas?

Celso Grisi: Você pode receber as duas notas, mas entrega para o colecionador. Há a possibilidade de se fazer isso.

Outro Alguém na plateia fala: Por favor, só uma dúvida você falou 60 mil por mês ou ano?

Celso Grisi: O 60 mil do MEI? O 60 mil do MEI é por ano.

Este mesmo: Obrigado.

Celso Grisi: Eu falei mês? Me desculpe se eu falei mês. Eu quis dizer ano... (Perante um rápido silêncio) Mais perguntas, não é possível, não é possível.

Outro alguém: Eu tenho uma, boa tarde.

Celso Grisi: Claro. Boa tarde

O mesmo: Eu tenho uma dúvida, por que tem uma questão de repassar o ICMS. Não funciona assim, quando... Se o mercado compra, e aí fica crédito, e aí fica com débito e se você faz negócios com duas PJ. Lembro uma vez eu vendi uma obra para uma galeria, a

galeria falou: descreva na nota que você é simples, que aí eu tenho crédito no ICMS na hora de vender.

Celso Grisi: Isso é o problema, vou te falar, a minha experiência. Vocês normalmente vendem, para pessoas físicas ou para uma pessoa jurídica, que é onde o colecionador resolveu formalizar, por uma questão de planejamento patrimonial e eventualmente, uma questão até hereditária de herança. Ele eventualmente tenha colocado, formalizado, todas as suas coleções numa pessoa jurídica, essa pessoa jurídica administradora de bens próprios, ela na verdade não é contribuinte do ICMS. O instituto Itaú cultural também não é, e os bancos que eventualmente vocês veem, [...] Santander, também não são instituições financeiras, então eles não ligam muito para questão do ICMS. As pessoas físicas então são consumidoras finais, então essa questão do ICMS não é um problema. Mas em 1% das operações pode ser verdade, que você está vendendo, vamos dizer numa galeria do Recife para uma galeria em São Paulo, aí tem sim uma questão do ICMS. Normalmente o contribuinte do ICMS a galeria Paulista, vai querer que você emita por exemplo lá do Pernambuco uma nota fiscal cheia, sem essa brincadeira entre artista e galeria, por que ele toma o crédito integral aqui em São Paulo, e quando ele for revender ele não tem uma outra chance, por que ele não é a galeria primária do artista, ele vai ter que revender com uma nota fiscal. Então, pode acontecer isso sim da pessoa não aceitar esse tipo de operação. Então a galeria do Pernambuco por exemplo compraria do ateliê do artista, seja ele física ou jurídica, compraria e depois revenderia para São Paulo destacando o ICMS integral e aí a galeria toma o crédito ICMS integral, e revende, e aí na revenda ele tem que ver se vai destacar o ICMS, sim ou não.

O mesmo: Esse tipo de operação não dá para ser feito com o artista? Esta é a minha dúvida.

Celso Grisi: Eu não entendi a sua pergunta?

O mesmo: O artista tem uma PJ e você como galerista não consegue aplicar, para não [...] e tributação se a galeria emite a nota integral.

Celso Grisi: Um... Eu não, eu acho que a gente teria dificuldade de fazer isso... por que eu não acho que você conseguiria, por que, o artista estaria no simples na sua hipótese né. Então, aí a galeria aqui em São Paulo teria dificuldade de tomar o crédito no ICMS... Opa por favor.

Outro alguém: Você poderia falar um pouco mais sobre a entrada da obra na galeria como bem consignado?

Celso Grisi: Então, posso claro, sem sombra de dúvida. Tem um problema claro se a gente for na legislação civil. A entrada da obra ou do bem conseguindo, a operação de consignação, ela é a operação na qual você recebe sem tributação por que você ainda não comprou para a futura revenda. Então isso é um problema sério, inclusive nas fiscalizações. Quando você recebe em consignação, é como se você estivesse declarando ao Fisco que a operação subsequente será uma venda. Então o fiscal do ICMS não vai aceitar que você devolva em consignação para o artista, mandar 50% da nota e você emitir outros 50% da nota, ele não vai aceitar isso por que, você declarou na sua entrada, na sua nota de entrada, que você estava consignando um bem. E a operação normal de consignação de bem é ou você devolve por que você não conseguiu vender ou você vende através de uma revenda de mercadoria, e não de uma intermediação de negócios. Essa é a fruição natural e regular. Isso é um problema se você devolver uma obra consignada e depois fazer essa operação paralela, intermediação e venda direta do artista, a fiscalização tende a não aceitar. Tá então, esse é um problema da operação que eu venho visto também né. Às vezes as pessoas falam: *pó mas essa operação, esse planejamento tributário não funciona na prática*. O diabo mora nos detalhes. Você não pode consignar; o cara sempre consignou quando ele estava no simples, aí de repente ele mudou para o presumido e quis fazer essa operação. Esqueceu de explicar para o fornecedor ou para o seu próprio financeiro que não pode mais consignar. Ele tem que mandar a obra em exibição, é um outro código da nota fiscal é um detalhe mas é um detalhe importante. Respondi? E aí a gente não vai falar sobre, encomenda? Seis não tiveram isso, em que vocês trazem o artista para fazer... (Alguém na plateia manifesta) Por Favor.

Outro alguém: Eu trabalho com Residência artística, o artista vem para o Brasil. Então eu chamo o artista do estrangeiro, ele vem trabalhar no meu espaço, ele produz uma série de obras. E aí, estas obras a quem pertencem? Como se registram em caso de venda? Como que funciona?

Celso Grisi: Então é interessante. Esse é um dos principais problemas né, a gente vê isso acontecer diariamente nas galerias, e em outros espaços também. No Inhotim cheguei a ajudar o Bernardo em algumas questões. Enfim é frequente essa questão e também... e o problema é o seguinte, a gente tem que entender direito que operação é essa que existe. Operação em que você traz o artista, vamos dizer por comissionamento né, você traz o artista para fazer um

projeto específico para Nike ou para a Coca Cola. Ou você traz um artista para a sua galeria para ele fazer uma coleção, uma residência durante seis meses, mas não tem nenhuma proposta inicial de compra daquelas obras. Então são situações diferentes. Vamos começar pela do comissionamento.

Celso Grisi: A do comissionamento ela é bem mais fácil de se resolver, e está na legislação Brasileira. Quando você está falando de uma obra em comissionamento, na verdade você já tem um comprador para obra, na verdade esse comprador esta te pautando ou não. Mas enfim, ele está encomendando uma obra de arte e a encomenda de obra de arte, isso é legal de vocês saberem, não é tributada pelo ICMS, ela é tributada pelo ISS. É uma operação de serviço, então na verdade há uma diferença. Por hipótese, eu compro um quadro do Vik, ou eu ligo pro Vik, e falo para o Vik, digo: *Eu quero um quadro meu da minha mulher e dos meus filhos*. São coisas diferentes. O material você escolhe, tal como vai ser a foto tal tal tal, você escolhe, mas eu quero um retrato. São questões diferentes. Este retrato que eu pedi, que eu encomendei para ele, como é que eu queria, é tributado pelo ISS é uma operação de serviço. Eu estou contratando o seu serviço como profissional autônomo, artista, para colocar de pé determinado assunto, é como se estivesse encomendando de um engenheiro uma planta.

Celso Grisi: Tá, então a tributação do ISS, você trouxe o artista, você queria que o artista... Enfim. Ei agora tem as questões do artista, você começou com um dos mais complicados. Mas enfim ele teria que contratar o artista, teria que ver um contrato do artista e o encomendam-te compraria a matéria prima necessária, os equipamentos e pagaria os serviços, e, além disso, ele emitiria uma nota do exterior como serviços e aí a tributação seria a tributação de serviços, de importação de serviços do encomendam-te. Para o exterior a importação de serviços não é barata. A importação de serviços para você fazer essa remessa ao exterior, você pagaria 100% de ISS no estado de São Paulo, em outros municípios há alíquotas mais baixas, mas São Paulo e Rio de Janeiro são os principais mercados 100%. Você teria a importação de serviços que seria tributado pelo PIS e COFINS, e aí nós estamos falando de mais 9%, e aí a alíquota do imposto de renda, vai depender do país. O Brasil tem tratado com 38 países se não me engano, estas alíquotas diminuem ou aumentam, mas a regra geral para todos os outros países é 15%. Então nós estamos falando de 15%, mais 10%, 25%, mais 5%, 30% de tributação. Essa é para comissionamento para uma obra sobre encomenda.

Celso Grisi: Outra coisa é, não é obra por encomenda, eu sou um galerista, quero que esse cara durma aqui nos fundos da galeria. Eu vou pagar para ele, vou adiantar por hipótese,

10.000 reais por mês, ele vai fazer uma exposição de 10 obras, 20 obras, e o que a gente vender 50%, 50%. As outras obras vão ficar aqui até que elas sejam vendidas que é o mais comum né, aí eu desconto os 10.000 reais por mês que eu dei de adiantamento para o artista. Aí é diferente, o contrato tem que existir entre a galeria, que está sendo quem que está trazendo o artista, e o artista. Mas é muito semelhante também, tem um problema imigratório de trazer o artista, depende do visto né, essa é uma outra questão, mas vamos dizer que, que ele entre regular, com visto de poder trabalhar, business, fazer negócios. Aí o artista ele vai receber desse jeito, mais ou menos muito semelhante; ou ele abre, uma conta no Brasil e você paga ele no Brasil, só que ele vai ter que ter um CPF de estrangeiro no Brasil, e você aí ter que fazer as retenções que eu fiz menção, como ele é residente fiscal no Brasil, residente fora do Brasil, ele pode ter conta bancária no Brasil de estrangeiro, é uma conta bancária difícil de ser aberta nos bancos, mais é possível que ela seja, tem prisão legal para tanto, e você paga conta, tem um cartão de débito, enfim ele vive uns seis meses aqui no Brasil.

Celso Grisi: Mas no momento em que você comprar matéria prima para ele, você vai fazer um memorando, enfim vai guardar todas as notas, e vai fazer o link de quantos por cento aquela nota se refere a cada uma destas obras. Tem que guardar essa papelada e aí, e aí o dia em que ele te entregar todas essas obras, você emite uma nota fiscal de entrada na sua galeria no valor de cada um daqueles memorandos, no valor daquelas notas fiscais. Então isso, você emite uma própria nota fiscal de entrada, com o valor do custo, mais o valor agregado do serviço dele que você adiantou aquele mês, então isso virou o seu custo. Você não pagou ICMS na entrada, existe isenção para isso, quando você vender, você tem que vender com ICMS, não existe a possibilidade de intermediação das vendas paralelas, você tem que vender com ICMS. Portanto você será tributado a 26% né, se você estiver no lucro presumido ficará com 74%, dos 74% vai entregar possivelmente 50%, quando você entregar 50% pro artista, você vai ter que pagar todos esses tributos que eu te disse ISS, PIS COFINS na Importação e imposto de renda retido na Fonte. Quando você pagar isso, vai ser 30% dos 50% que o artista ia receber, portanto nós estamos falando de, daria 30,15, vai sobrar na mão do artista 35%, se ele pagar 15 de imposto, vai ter 15 de imposto do artista, e você que vendeu por 100% vai ter tributação de 26, sobram 24 na sua mão. Então para ser sincero, não é uma operação lucrativa, fazer isso, você pode fazer por amor à camisa, mais é uma das piores operações, tributariamente do ponto de vista da galeria e econômica, uma operação ruim.

A mesma pessoa da pergunta comenta: Mas a comissão já ajudaria a diminuir...

Celso Grisi: Mas qual comissão?

A mesma pessoa: Como se eu tivesse feito a comitente do artista.

Celso Grisi: Sim, mas você, galeria comitente do artista, está tributando no Brasil. Veja que você comprou a obra por um valor muito pequeno e está vendendo ela por um valor grande. Só que você tem que destacar ICMS, você não tem como fugir do ICMS, que é 18% mais o seu PIS e COFINS, você está vendendo no Brasil, mais imposto de renda e contribuição social, você está pagando 26% do valor de 100%, e combinou 50% com ele, e ele está sendo tributado por 30% dos 50% que ele recebe, então ele recebe 35, não recebe 15, e você que ia receber 50%, teve que pagar 26% no Brasil, recebeu 24, não ajuda e não tem muito como fugir desta história. A não ser fazer venda irregular e aí a gente vai entrar num problema de compliance. Aqui que nós vamos discutir, um problema sério! A brincadeira ficou mais séria no mundo pós Lava Jato, não existe mais aquela folia.

Celso Grisi: Vou estar sendo sincero para vocês, do ponto de vista da galeria a melhor operação é estar no lucro presumido, e exportar os seus artistas, por mais que vocês digam, tributariamente falando, por mais que vocês me digam que: *Mais Celso é caro o estande fora, é caro transporte, é caro investir, enfim em uma feira fora*. Mas fiscalmente paga menos tributo, legalmente nas operações com obra de arte, que mais, comissionamento fora. Digamos que você tem um artista que foi chamado por uma galeria parceira para fazer residência fora do Brasil, tributariamente também é uma operação muito bacana, é, você só paga, imposto de renda e contribuição social. Você está fazendo um comissionamento, um agenciamento de um artista fora do Brasil. Portanto você tem que ter um contrato, seria importante se você tivesse um contrato com a galeria parceira ou o instituto parceiro no exterior, com o cliente no exterior, em que você recebe o seu valor com agenciamento e intermediação de negócios, em uma ação entre o seu artista no Brasil e o comprador fora do Brasil. Essa operação também é bastante boa, você só paga imposto de renda e contribuição social, não paga PIS COFINS e é discutível se você paga o ISS. Nos municípios de São Paulo, na maioria dos municípios não se paga nem o ISS, então uma operação muito semelhante à venda e exportação da obra de arte do Brasil. Então essa é outra operação... O que mais a gente tem de operação... Alguma outra dúvida, por favor.

Alguém que se manifesta, para a manifestação do palestrante: E a importação temporária? Está numa exposição de um artista internacional.

Celso Grisi: É, é verdade estava faltando esta operação, ela é uma operação que entra carimbada né. É uma operação que entra por...

O mesma pessoa interrompe: Desculpe, mas a porcentagem aí seria a menor por ser ela temporária? Quando você... Caso o artista...

Celso Grisi interrompe: Não, a questão de ser temporário ou não, você tem que ter um motivo para fazer uma importação temporária, tem que ser uma exibição.

A mesma pessoa: No caso uma exposição.

Celso Grisi: Uma exposição, exatamente ou uma feira né, participação numa feira por limite específico de tempo. E aí nesses casos você tem a isenção tributária momentânea, é óbvio que você faz todo o registro da DI, como se você fosse pagar o imposto de importação, PIS COFINS; IPI, não no caso de quadros, mas no caso de instalações e vídeos e fotografia, teria eventualmente o IPI, PIS e COFINS e o ICMS, mas você diz: *Não vou pagar por que é só uma exibição temporária.*

A mesma pessoa: Cerca de 90 dias ou 180?

Celso Grisi: Mas eventualmente se você durante aquele período conseguiu vender a obra, você vai ter que nacionalizar a obra.

A mesma pessoa: Aí fica mais...

Celso Grisi: Aí você pagou todos os... Esses tributos da importação e vai revender. E ela é uma operação que entra carimbada, uma operação comercial impossível de fazer intermediação, aqui das duas operações paralelas. Então ela entra carimbada como compra e venda e você terá que dar saída dessa obra da sua galeria, como compra e venda. Então por hipótese, de novo, eu não conheço galeria que esteja no Lucro Real, acho difícil às galerias estarem no Lucro Real, ouvi dizer de uma, mas que eu não a atendi. Normalmente estas galerias que fazem isso estão no Lucro Presumido. Veja, você faz então a importação né, vai pagar todos esses tributos, você só se credita do ICMS. Então PIS e COFINS, imposto de importação e o IPI viram custos da operação, encarecem o seu produto. Aí quando você vende você se credita do ICMS na entrada, vai vender com ICMS; aí você faz um abatimento entre um e outro, é uma operação que só tem uma alternativa, que é a alternativa de compra e venda, não estou dizendo para não fazer, tem muita gente que faz...

A mesma pessoa: Mas o artista de fora não é tributado, por que o país de origem dele é outro, são outras regras. Seria isso?

Celso Grisi: Sim, são outras regras, ele não é tributado, mas você paga ele o valor combinado e os tributos você como importador recolhe no Brasil. Então é uma operação meio assim, ela não tem saída, ela tem que sair como compra e venda. É uma operação altamente tributada, 26% e pode comer o lucro da galeria. Eu já vi, enfim, operações em que foi combinado um valor com o artista se fez a importação temporária, se vendeu 100%, vendeu tudo, se pagou o tributo e tinha sido comercializado por determinado preço, quando a galeria foi olhar ela não tinha feito a conta direito, ela viu que a operação deu prejuízo para aquela. Combinou um preço, pagou todos os impostos e depois combinou um preço de venda que não era suficiente para cobrir os gastos que ela teve com importação, eu já vi e isso tem que ser muito bem calculado.

A mesma pessoa: Só fiou com o prestígio e mostrou o artista.

Celso Grisi: Isso. Mas não ganhou dinheiro.

Outra pessoa: Eu queria fazer uma pergunta sobre vendas online, que hoje a gente começa ver. Hoje em dia.

Celso Grisi: Quem é que está falando perdão, (perante a escuridão em que pousava a plateia). A, perdão, você está no escuro. Legal, vendas online.

A mesma pessoa: É de certa forma, está começando a acontecer venda de objetos de arte e já tem alguns sites vendendo.

Celso Grisi: É muito legal. Eu adoro esse tipo de operação. Eu estou sempre trabalhando muito com isso, e aí cinco minutos é pouco cara. Mas no Brasil, site brasileiro ou site estrangeiro, porque muda completamente a tributação, site brasileiro e site não brasileiro.

A mesma pessoa: O que me preocupa agora é Brasil né (risos deste que pergunta).

Celso Grisi: Tá site Brasileiro. Vendendo Obra? Ou arte? (Alguém resmunga algo sem microfone na plateia e ele responde). Eu não conheço.

A mesma pessoa: Por exemplo, tem um site que chama Democrart, que vende várias edições. Se compra online, clica e compra.

Celso Grisi: Tá legal. Cara é ainda existe, se tiver um bom tributarista atrás deste site ele não está em São Paulo. Esse cara está nos grandes centros de operação de compra não presencial. Quais são estes grandes centros; Espírito Santo, Minas Gerais, são estados que deram benefícios fiscais para esses caras. Então, isso é público então eu vou contar para vocês, a wine.com que vende vinho, a operação dela é toda no Espírito Santo. Por isso que ela quebrou todos os outros caras que vendem em loja, seja em loja de rua ou em loja dentro de shopping. Por que primeiro o cara tem empregado, tem funcionário, tem a locação e daí por diante, e vinho você sendo minimamente conhecedor você consegue comprar. O vinho tem uma alíquota de ICMS superior a das obras de arte, não é 18%, é 25%, só que a compra não presencial, para consumidor final quando... Por isso que se você entrar no site da Wine, agora é que ela está lançando o “B-to-B”, (B2B ou business-to-business, de negócio para negócio) agora ela está vendendo para restaurante, ela nunca quis vender para restaurante sempre vendeu para o consumidor final; por quê? Por que a alíquota de venda não presencial, inclusive rede shop, estes canais de televisão que ficam fazendo propaganda de venda, ou... São todas vendas não presenciais, ou call center que o cara te ligar e te pergunta se você não quer comprar um aspirador de pó. Todos estes caras, alíquota que vale de ICMS é alíquota do estado em que ele está. Então você chega ao Espírito Santo, o governador do Espírito Santo diz o seguinte: *Meu caro destaca 25% do ICMS, mas deixa eu te fala, eu vou te dar um crédito presumido- crédito escultural, que não vale, não existe (aponta a própria suposição)- de 99% da alíquota de saída do seu produto.* Então é isso que está acontecendo. Esses caras, se estes sites tiverem um bom tributarista atrás, ele está localizado em Minas Gerais, Espírito Santos, tem alguns outros estados que dão estes benefícios para call center e para fazer a operação e a transação por lá. Na verdade quando você olhar a sua nota fiscal vai ter 25% de vinho, ou 18% de ICMS no caso de obra de arte, destacado, mas ele efetivamente pagou para o estado 1% disso tá. Realmente venda eletrônica é um problema do ponto de vista tributário no Brasil, por que nós temos enfim 27 unidades federadas e cada uma com sua legislação do ICMS.

Uma outra pessoa: No exemplo que você deu o vinho tem que estar no Espírito Santo ou pode está em outro canto?

Celso Grisi: Tem. A operação tem que estar toda no Espírito Santo e ele está no Espírito Santo. Galpão, Funcionário o Site dele está lá; empregado, não tem nenhuma presença em São Paulo, que se tiver o estado de São Paulo dá um auto de infração.

A mesma pessoa: Você não poderia colocar as suas obras num galpão no Espírito Santo e quando for para o cliente fechar negócio, você mandar ele entrar no site; funcionária?

Celso Grisi: Você não deveria ter operação em São Paulo, dá para fazer, você não pode ter operação em São Paulo, tem como fazer esse tipo de operação.

A mesma pessoa: E exposição?

Celso Grisi: Não Sua. Aí você tem que usar uma galeria parceira para fazer a exposição aqui e pagar o espaço.

A mesma pessoa: Mando o quadro para lá depois devolve aqui.

Celso Grisi: E aí devolve o quadro. Por hipótese seria possível estruturar alguma coisa assim. Tem que tomar cuidado para a gente não ficar muito na forçação de barra. Mas sim venda online tem benefício fiscal. A guerra fiscal, o Temer está falando em acabar com a guerra fiscal, o governo anterior lançou um regramento para venda não presencial, de que ela vai terminar ao longo dos anos com esse benefício. Então hoje em dia venda online, hoje, esse ano, o ICMS é recolhido 80% para o estado em que a empresa está localizada e 20% pro estado em que o consumidor está localizado, e isso vai diminuir ao longo do tempo, 80 e 20, 60 e 40, e 100% pro estado, mas vai demorar 4 a 5. Mas ainda é uma boa oportunidade fazer venda online. Ele paga menos tributo.

Outro alguém: Mas no lucro presumido né, não no simples?

Celso Grisi: No lucro presumido não no simples, muito bem, estas hipóteses que eu estou te colocando é no lucro presumido e não no simples, desculpe. Sim, por favor, é você, pode falar.

Outra pessoa: Eu vou mudar aqui um pouco, vou voltar pro assunto. O CNART, no edital fica até o dia 31 de março agora. Você sugere que os artistas também se cadastrem no CNART, tem data limite para isso?

Celso Grisi: Têm, 31 de março as geleiras, os artistas eu não me lembro. Eu estourei o tempo? The End (risos da plateia) é. Mas vamos fazer o seguinte, o pessoal tem cadastro de E-mail o que a gente podia fazer, é mandar essa minha apresentação sobre compliance para eles. Eu ia colocar medo em vocês, não deu tempo de colocar medo o suficiente, só falamos sobre tributos, mas isso é bastante sério.

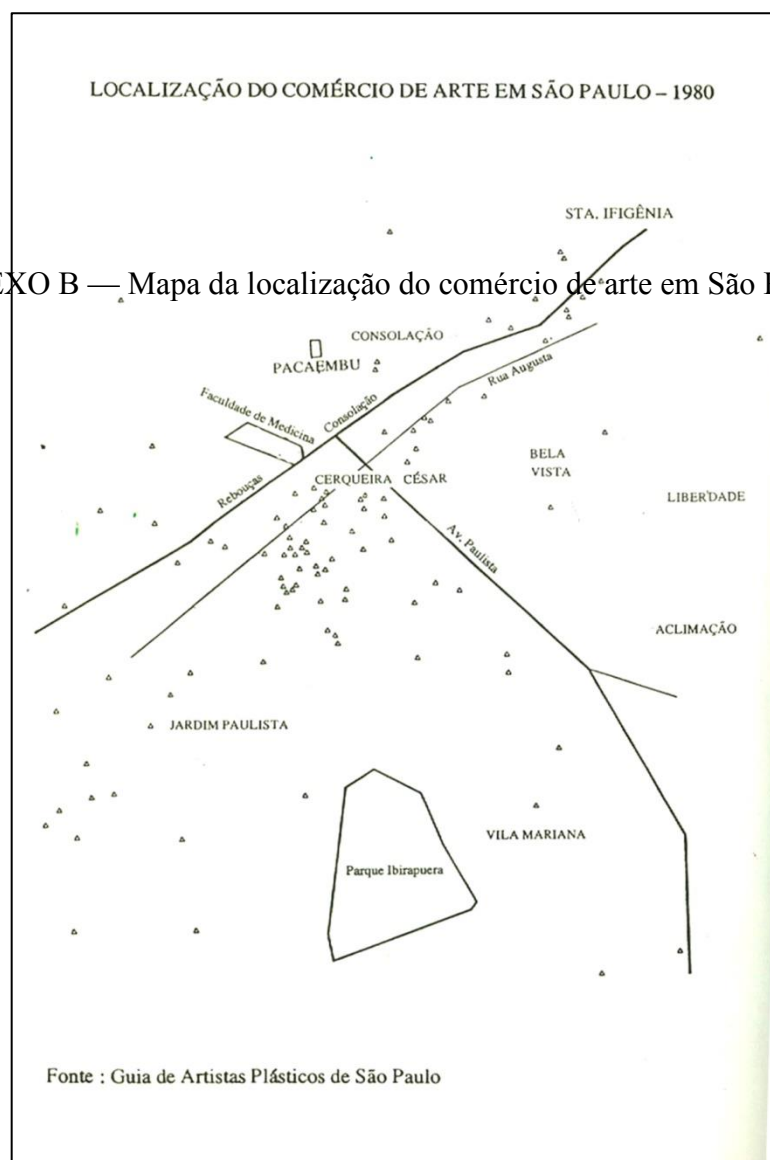
A plateia pede: Só mais 5 minutos!

Celso Grisi: Não basicamente é o seguinte, não existe mais aquele mundo em que uma pessoa vai em sua galeria e você não conhece; primeiro, número um, recomendação tem que ter um CRN, se tem que saber quem é o seu comprador, se compra habitualmente. Tem que ter o cadastro completo dos seus compradores, eu sei que nas galerias grandes isso existe, não sei se em todas as galerias isso existe. Cadastro completo de seus compradores; dois, apareceu um cara comprando, mandando você entregar no endereço da casa dele, mas dizendo que um motoboy, um portador vai vir pegar o cheque ou dinheiro, ou para você emitir a nota para um terceiro, isso não existe mais é bastante sério. Não estou brincando com vocês eu respondi alguns ofícios da operação lava jato sobre obras compradas e houve investigação, e não há nenhum dano a galeria nenhuma que eu tenha ouvido falar, mas houve já um começo de questionamento.

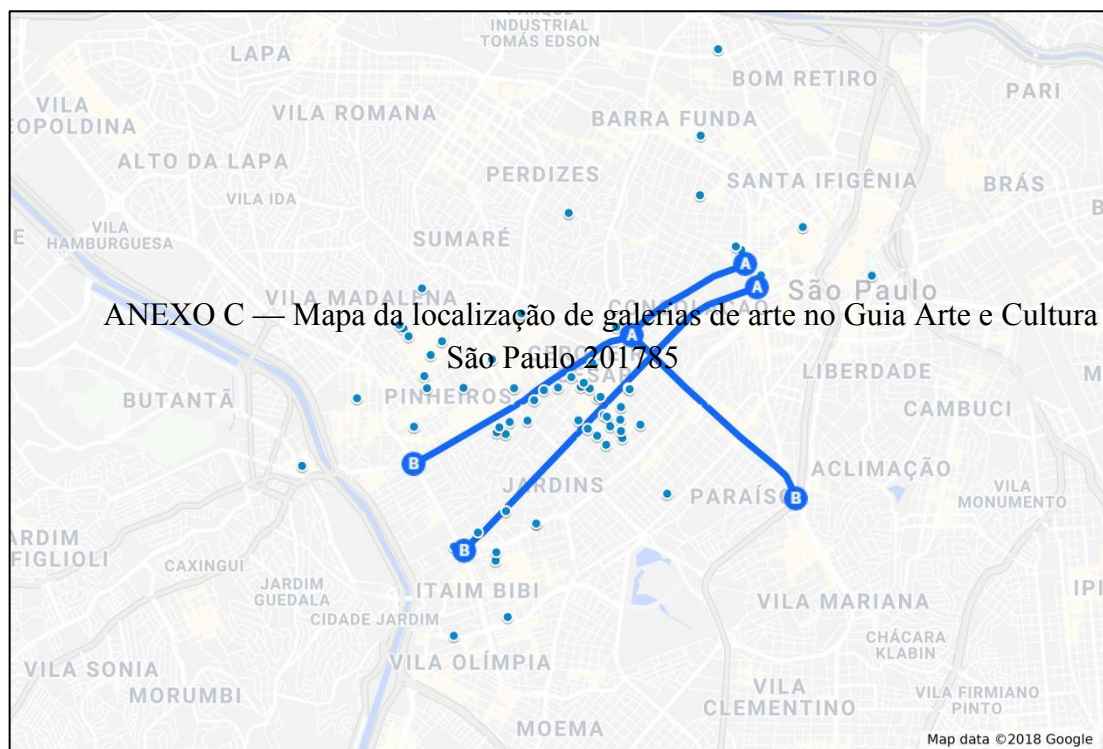
Celso Grisi: Então tomar cuidado para você não ser solidário no crime de outra pessoa, entendeu, lavagem de dinheiro, daí por diante, só uma preocupação. E agora outra coisa que eu queria fazer em relação ao IPHAN, a essa parceria IPHAN COAF. É o seguinte, não se esqueçam, você se cadastra e agora você tem a obrigação de dizer todas as operações estranhas que aconteceram, ótimo no final do ano você vai ter que escrever, um outro ofício pro IPHAN dizendo: *“Ah, esse ano que passou, não veio ninguém estranho aqui na minha galeria”*. Aí daqui cinco anos se descobre que aquele sujeito estranho comprou uma obra na sua galeria e você tinha dito ao contrário, aí já começa crime de falsificação ideológica, enfim vai ter que ter uma boa explicação. Por que, que você não achou aquele cara estranho daquela venda efetiva. Então não dá mais para vender obra de arte para qualquer um, acima de 10.000 reais, obras de arte abaixo de 10.000 reais não estão nesta lista está bom.

Celso Grisi: Eu mando para vocês basicamente essa apresentação. Breve resumo da lei, só que não está atualizada pela última instituição normativa do IPHAN, que é do dia 7 de março agora, que é onde vêm as multas. Todo mundo perguntou na apresentação da ABACT: *Que ah! É tudo bem, é legal e tal, mais se eu não fizer não acontece nada?* Sete de março agora, o último, próximo, passado, foi dito quais são as multas, daí por diante existem multas que são 40 a 50% do valor da operação, multas do IPHAN administrativas fora a questão criminal. Está bom. Obrigado.

ANEXO B — Mapa da localização do comércio de arte em São Paulo a 1980



Fonte- Guia de artistas plásticos de São Paulo apresentado por Durand (1989)



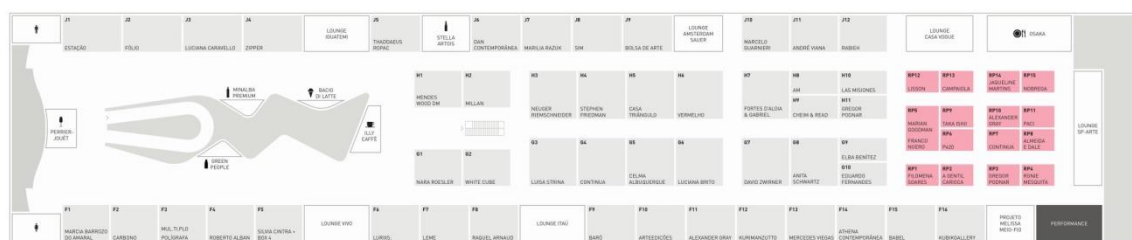
⁸⁵ Os trajetos apresentados, destacados em azul, se referem aos mesmos do mapa anterior. Paralelamente a Av. Rebouças/ Rua da Consolação e Rua Augusta, e a perpendicular Avenida Paulista. O Guia Arte e Cultura São Paulo 2017 (2017), é uma realização da equipe da revista Arte! Brasileiros, e foi distribuído na SP-arte 2017.

Fonte- Mapa do autor baseado no Guia de Arte e Cultura São Paulo 2017- mar./jun. (2017)

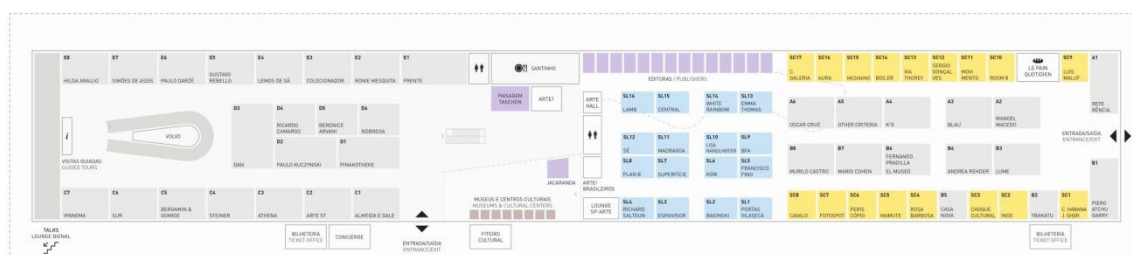
SP-ARTE/2017
MAPA DA FEIRA / FAIR MAP



3º PAVIMENTO / 3RD FLOOR



2º PAVIMENTO / 2ND FLOOR



1º PAVIMENTO + TÉRREO / 1ST FLOOR + GROUND FLOOR

Fonte- Website SP- Arte