



ARTE CONTEMPORÂNEA, VALE O QUANTO CUSTA?¹

Bruna Fetter. UFRGS

RESUMO: O presente artigo apresenta uma breve retrospectiva histórica do mercado de arte, desde sua formação aos dias de hoje, ressaltando as principais transformações de cada período até culminar na crescente financeirização do meio. A partir disso, e através da exposição de algumas questões econômicas e sociológicas relacionados ao tema, o artigo questiona os processos de construção de valor na arte contemporânea.

Palavras-chaves: Sistema da Arte. Mercado de arte. Arte Contemporânea. Regimes de valor. Precificação.

ABSTRACT: *This article presents a brief historical retrospective art market, from its formation to the present day, highlighting the main changes of each period culminating in the growing financialization of the medium. From this, and by presenting some sociological and economic issues related to the subject, the article questions the processes of building value in contemporary art.*

Key words: *Art System. Art Market. Contemporary Art. Regimes of Value. Pricing.*

Nos últimos anos, parte das notícias sobre arte publicadas na grande mídia tem saído dos cadernos de cultura e das seções especializadas para adentrar os informes econômicos. Via de regra, isso acontece logo após as grandes noites de leilões das duas principais casas leiloeiras do mercado, Christie's e Sotheby's, quando se registram os altos preços e mesmo recordes de preços alcançados por artistas e obras. Quanto maior o valor, maior o espaço recebido na mídia. Assim, os novos recordes passam a ser conhecidos internacionalmente e estabelecem os novos parâmetros para o mercado, que responde às demandas dos leilões, fazendo um ajuste geral de preços (THOMPSON, 2012).

Mas a pergunta que advém dessas constatações é: como funcionam os processos de construção de valor em torno de um artista contemporâneo e respectiva obra? Como são estabelecidos os preços não apenas nos leilões, mas também nas galerias e feiras de arte? Como entender a relação entre o custo financeiro de determinada obra e seu valor estético, simbólico e mesmo histórico na

atualidade? Para tentarmos avançar nessas questões e relacioná-las ao título deste artigo vamos buscar algumas respostas na História e na História da Arte, bem como em conceitos da Economia e Sociologia.

Das origens do mercado de arte

Para compreender o estado atual dos processos de distribuição e comercialização da arte contemporânea, bem como de sua precificação, é necessário possuir uma visão global dos processos e atores que constituem o universo artístico. Ou seja, entender as relações instituídas por tais atores e seus respectivos pesos legitimatórios que conformam o sistema das artes. Sarah Thornton (2010), em seu livro “Sete Dias no Mundo da Arte”, apresenta o que considera as sete principais instâncias legitimadoras na atualidade, sendo elas: o leilão, a crítica, a feira, o prêmio, a revista, a visita ao ateliê e a bienal. No entanto, a configuração apresentada por Thornton ainda é bastante recente. Para compreendermos como essas instâncias passaram a ocupar tal posição no sistema da arte, vamos a um breve retrospecto histórico.

Segundo Hoog (1990), se formos nos remontar às origens do mercado de arte, talvez tenhamos que pensar ainda no período helenístico (séc IV aC) como o início daquilo que se pode chamar mercado, já com dois tipos básicos de mercadorias. O primeiro tipo seriam as oferendas às divindades religiosas e o segundo remeteria aos objetos de luxo. Ambos podem ser considerados o foco do mercado de arte durante séculos (nos quais a circulação do segundo tipo foi sistematicamente alimentado pela pilhagem de arte grega durante as conquistas do Império Romano). Mas foi somente a partir do século XII, com as Cruzadas, que este deslocamento de objetos artísticos através de transações isoladas deu lugar a um tímido mercado de arte, com movimentação de relíquias e de obras de arte dos países do Mediterrâneo oriental para o Ocidente. Também aqui em função das pilhagens, os objetos de finalidade religiosa perderam seu valor sagrado e adentraram o circuito comercial (HOOG, 1990).

A partir do século XIV, na Itália e França, mudanças sociais refletiram mudanças na circulação da arte e na sua percepção como um campo profissional. A

disseminação de rotas comerciais e a comercialização de objetos artísticos juntamente com outros artigos de luxo através dessas redes, somados a um novo *status* social do artista – que foi se libertando da condição de simples artífice para uma postura mais intelectualizada – configuraram novas condições para o florescimento de um mercado. Um momento icônico desse processo ocorre em 1574, quando Vasari compilou um dos primeiros esboços de uma crônica de arte e, ao estabelecer uma hierarquia de valores estéticos e formais, acabou por conferir forma ao mercado de arte da época (HOOG, 1990).

Outro marco renascentista que alterou a percepção do valor da arte em âmbitos expressivos foi a atuação de Luis XIV na França dos séculos XVII e XVIII. Este monarca mais do que um colecionador de todo o gênero de obras de arte (quadros, esculturas, tapeçarias, medalhas, manuscritos), foi um incentivador do mercado como um todo. Isso porque reuniu coleções variadas e vastas no que diz respeito à qualidade e quantidade dos objetos. Suas aquisições não se destinavam apenas ao seu deleite pessoal; mas visavam contribuir para sua glória pública, para o prestígio da nação e para o desenvolvimento de conhecimento em outras áreas (HOOG, 1990). Em termos de constituição de um mercado de arte, a principal característica desse período é que as principais operações de aquisições de peças não se davam através do comércio tradicional via intermediários e sim da troca direta entre colecionadores. As formas de comercialização de arte muito lentamente foram se modificando e registrando crescimento no volume de operações. Os leilões de obras de arte que surgiram ainda no século XVI, passaram gradualmente a ocupar uma posição de relevância no comércio de obras somente no século XVII, por exemplo (HOOG, 1990).

A partir da segunda metade do século XVIII e o estabelecimento de valores sociais e estéticos tipicamente modernos, as transformações tornaram-se mais velozes. Em Paris, cidade considerada centro do mundo das artes da época, houve um rápido aumento do número de colecionadores e, conseqüentemente, da procura por obras. A figura do comerciante cresceu em relevância e se passou a exigir dele maior profissionalização e conhecimento especializado, o que refletiu na qualificação das coleções. Como afirma Hoog,

Esses peritos-mercadores desempenham um papel preponderantemente no funcionamento do comércio de quadros; eles impõem a sua competência aos colecionadores, que por sua vez passam a ser melhores conhecedores e a estar mais bem informados. É a época das primeiras publicações sérias a cerca da história da pintura, e de uma expansão do campo de interesse. (HOOG, 1990, p. 26)

Também neste período constatou-se uma subida geral nos preços e a arte passou a ser vista pela primeira vez como uma possibilidade de investimento, suscetível a operações especulativas. A Revolução Francesa ampliou ainda mais o leque de compradores de arte, diversificando o perfil dessas pessoas e estabelecendo diferenciações de ordem estrutural no mercado, como categorizações hierárquicas entre tipos de coleções e seus respectivos objetos colecionáveis (como entre o novo e o antigo) e uma especialização cada vez mais acentuada à medida que se ia subindo nessa hierarquia.

Apesar do *marchand* francês Paul Durand-Ruel² ter lançado um novo modelo de trabalho de galeria e de comercialização de arte por volta de 1865, foi somente nas vésperas da Primeira Guerra Mundial que esse modelo se consolidou em Paris. Tais inovações permanecem na base do sistema de mercado até hoje e consistem principalmente em: 1) organização de exposições individuais e coletivas nas galerias; 2) organização de revistas especializadas, com funções críticas e promocionais; 3) realização de contrato com os artistas e, como consequência, a aquisição antecipada de toda ou parte de sua produção em troca de um pagamento seguro; 4) organização de exposições no exterior; 5) abertura de sucursais em Nova York (1866) e o desenvolvimento do mercado em escala internacional, baseado numa rede de distribuição capilar (POLI, 1976).

As inovações acima citadas já indicavam o posterior deslocamento do eixo de relevância artístico da Europa para os Estados Unidos, mais precisamente para a cidade de Nova York. Tal fato pode ser constatado pelo vertiginoso crescimento do número de galerias nesta cidade: “em 1945 havia 73 galerias de qualidade em Nova York; 123 em 1955; 246 em 1965; e 287 em 1970” (WOOD, 1998, p. 128). Essas transformações foram fruto não apenas de questões políticas e econômicas características do pós-guerra, mas também da instauração de um regime de crítica

especializada, encabeçada por Clement Greenberg, que passou a validar a arte produzida nos EUA na época, em especial o Expressionismo Abstrato.

No entanto, e em parte como uma reação ao Modernismo e ao modelo de crítica greenbergiano, os anos 1960 e 1970 foram de grande desmaterialização da arte, com a arte conceitual, os *happenings*, a *land art* e a *performance* apresentando uma retração nas possibilidades de mercado para a produção daquela época³. Questões políticas motivaram grande parte dessa produção, com fortes críticas à Guerra do Vietnã e ao padrão de consumismo nos EUA, ao mesmo tempo em que a América Latina e o Brasil passavam por períodos de ditaduras nacionais (WOOD, 1998). Aliás, o questionamento a respeito do valor simbólico e monetário da arte estava presente de forma massiva nas discussões e projetos artísticos dessas décadas.

Já os anos 1980 presenciaram mudanças significativas neste cenário, com um retorno à pintura a partir da Transvanguarda Italiana, o Neoexpressionismo Alemão e a Geração 80, no Brasil. Paralelo a isso, a disseminação e aceitação de outros suportes como a fotografia, o vídeo, a própria cidade (*urban art*), bem como uma apropriação de elementos da publicidade pela arte, permitiram um retorno à condição da arte enquanto mercadoria. No contexto internacional, apesar do uso recorrente de temáticas de protesto, como o feminismo, a questão racial, o homossexualismo e a AIDS presentes nos trabalhos de artistas como Cindy Sherman, Basquiat⁴ e Felix Gonzalez-Torres, estas mesmas questões foram sendo legitimadas pela crítica e lentamente incorporadas ao mercado.

Mas o acontecimento histórico que talvez melhor simbolize, como um divisor de águas, uma nova direção para o funcionamento do sistema internacional das artes, tenha sido a queda do muro de Berlim, em 1989 (FIALHO, 2010). Além de ter sido amplamente noticiado pela imprensa como a vitória do capitalismo sobre o socialismo, também estabeleceu, de certa forma, as bases para a consolidação do pensamento e de políticas neoliberais em diversos países a partir de então.

Os anos 1990, regidos pelos princípios da globalização, trouxeram a figura dos megacolecionadores (sendo o publicitário Charles Saatchi o principal expoente deste grupo), uma explosão de bienais pelo mundo, as leis de incentivo à cultura no

Brasil e a compreensão da necessidade de profissionalização do setor para competir por recursos escassos e espaços de mídia. Também foi a partir dessa década que estudos pós-colonialistas ganharam expressão no mundo das artes, havendo uma mudança de postura, principalmente de artistas de países ditos periféricos, em prol da instituição de discursos e poéticas próprias e o questionamento da universalidade de uma História ocidental da arte pensada e escrita a partir do *mainstream* cultural e econômico ocidental, ou seja, EUA e Europa (MOULIN, 2007).

Vivenciando uma crescente espetacularização das artes e da cultura, o mercado artístico observou, ao longo dos anos 2000, o *boom* da arte contemporânea como investimento financeiro, e a mudança de foco das casas de leilão dos chamados *Grandes Mestres* para a negociação de obras de artistas do pós-guerra⁵. O principal exemplo, e talvez o ápice dessa mercantilização da arte, foi praticado pelo artista inglês Damien Hirst em setembro de 2008, ao executar uma manobra mercadológica até então nunca vista. O artista abriu mão do intermédio de sua galeria (a Gagosian, considerada a principal galeria do mundo, com 12 galerias estabelecidas em sete países) e realizou um leilão individual na Sotheby's londrina. Tendo vendido 228 obras suas a colecionadores de todo o mundo, totalizando U\$S 200.700.000,0, superou as expectativas iniciais de cerca de U\$S 177.600.000,00 da casa de leilões⁶. Isso tudo às vésperas de estourar a crise financeira internacional precipitada pelo banco de investimentos norte-americano Lehman Brothers, que repercutiu seriamente no mercado de arte, evidenciando a existência de uma bolha financeira também neste setor⁷.

Esta financeirização da arte parece ser uma das principais características do mercado contemporâneo e contribuiu para o alastramento de outro ator responsável pela circulação e distribuição da arte-mercadoria em escala global: as feiras. Segundo o *site Art Fairs International*, de julho a dezembro de 2012, foi registrado um total de 79 feiras ao redor do mundo, do Líbano a Verona, do Rio de Janeiro a Paris. Infelizmente ainda não há, como no caso dos leilões, um mapeamento das movimentações financeiras realizadas em cada um desses eventos, o que impossibilita a real mensuração do mercado⁸. No entanto, mais importante do que nos fixarmos em números, seria compreender questões de ordem econômica que embasam esses direcionamentos, e algumas de suas consequências para o sistema das artes.

Os novos regimes de valor

Quando pensamos em regimes de estabelecimento de valor na arte podemos partir de diferentes teorias e interpretações. Uma abordagem clássica nos levaria a pensar em Marx e no materialismo histórico. Sua diferenciação entre valor de uso e valor de troca funcionaria como um ponto de partida para a reflexão a respeito da precificação de mercadorias em geral. No entanto, é sua noção de fetiche que mais interessa para aprofundar a discussão a respeito de obra de arte enquanto mercadoria.

O fetiche repousa justamente na diferença entre o valor de uso de um produto – ou seu custo de produção, considerados tanto a matéria-prima, quanto o custo social do trabalho envolvido – e seu valor de troca – ou o preço que o mercado estabelece para venda. O diferencial de rentabilidade entre o ativo artístico e o ativo financeiro representa, supostamente, o preço do usufruto estético (MOULIN, 2004). Na arte contemporânea, a distância existente entre esses dois tipos de valor demonstra a grande fetichização do objeto artístico através de diferentes processos e estratégias de mercado.

A curadora e crítica de arte sueca Maria Lind organizou e publicou conjuntamente com Olav Velthuis o livro *“Contemporary Art and Its Commercial Markets: A Report on Current Conditions and Future Scenarios”* (2012), contendo artigos a respeito de diversas facetas do mercado de arte contemporâneo. Este livro é resultado de um projeto anterior de Lind chamado *“Abstract possible”*, no qual ela abordou variadas formas de abstração na arte e na vida cotidiana através de uma exposição e de ciclos de discussão. Tendo como eixos centrais a abstração formal e a abstração econômica, a autora se valeu da teoria marxista para fundamentar que princípios como o de alienação nos levariam a um profundo distanciamento entre as percepções de valor de uso e valor de troca no mundo atual. Essa alienação geraria a distância chamada por ela de abstração econômica, na qual teríamos na financeirização das relações e na especulação sua forma mais extremada.

Tais constatações repercutem no mercado da arte e nas suas formas peculiares de construção de valor. No entanto, e desde que Pierre Bourdieu (1996)

estabeleceu a noção de autonomia para explicar o funcionamento interno do campo artístico, sabemos que o estabelecimento de valor de uma obra de arte obedece a um regime específico, no qual seu preço final advém de uma complexa relação estabelecida entre seus valores estético, simbólico, social, econômico e mesmo histórico. Ou, nas palavras de Bourdieu:

O produtor do valor da obra de arte não é o artista, mas o campo de produção enquanto universo de crença que produz o valor da obra de arte como fetiche ao produzir a crença no poder criador do artista. Sendo dado que a obra de arte só existe enquanto objeto simbólico dotado de valor e conhecida e reconhecida, ou seja, socialmente instituída como obra de arte por espectadores dotados da disposição e da competência estéticas necessárias para a conhecer e reconhecer como tal, a ciência das obras tem por objeto não apenas a produção material da obra, mas também a produção do valor da obra ou, o que dá no mesmo, da crença no valor da obra. (BOURDIEU, 1996, p. 259)

Assim, Bourdieu explica o funcionamento de um regime típico do Modernismo, baseado na opinião de especialistas, através do qual a credibilidade comercial do artista advinha de sua legitimação por parte da crítica, da construção de sua reputação pública⁹. No entanto, Maria Lind afirma que este esse regime (também conhecido como *expert-opinion regime* ou *dealer-critic system*) vem sendo gradualmente substituído por outro modelo, no qual o papel do crítico cede espaço ao do colecionador privado.

As a result, the dealer-critic system, which rests on a distinction between artistic valuation by experts and economic valuation by dealers, has been replaced by what Graw calls a dealer-collector system or what Nachoem Wijnberg and Gerda Gemser call a market selection system. Within the new regime, expert judgment no longer has a significant impact on the market. Economic values now determine artistic reputations rather than the other way around. (LIND, 2012, p. 30)¹⁰

Considerando que os regimes de valor governam as formas pelas quais o valor é estabelecido, quais pessoas têm autoridade e credibilidade para participar desse processo, e quais critérios e ferramentas elas utilizam para isso, percebemos mudanças significativas nessa nova configuração. Assim, se retomarmos as instâncias legitimadoras propostas por Sarah Thornton e mencionadas no início deste artigo, teremos sete categorias de legitimação, sendo que duas delas tratam diretamente do mercado de compra e venda de obras de arte (leilões e feiras). No

entanto, todas – em maior ou menor grau – têm relação indireta nas cotações financeiras e transações envolvendo a valorização de artistas contemporâneos. Ou seja, uma crítica favorável, o recebimento de um prêmio, a participação em bienais, tudo isso são fatores que podem contribuir na formação do preço para determinada obra (e, por consequência, para determinado artista). No entanto, a figura que permeia e avaliza a maioria dessas instâncias hoje é a do colecionador, que não mais se posiciona como mero amante das artes, mas como investidor estratégico em busca de distinção¹¹ e de rendimentos. (LIND, 2012 e THOMPSON, 2011).

Dentro desse novo regime de seleção de mercado, Lind aponta três principais características que teriam embasado a reconfiguração da lógica de mercado pré-existente, sendo elas: a comercialização, a globalização e a financerização.

Em termos de comercialização, percebemos a ascensão de três instituições que promoveram o enfraquecimento da importância dos laços sociais na compra de arte e passaram a promover a troca anônima, fomentando o desenvolvimento do colecionismo: os leilões, as feiras e a internet. Sua força de atuação reconfigurou o acesso às obras de arte, promovendo alterações também de ordem simbólica e contribuindo para a entrada de novos colecionadores no mercado.

Já a globalização, constantemente apontada como a dissolução das fronteiras nacionais em prol de uma maior circulação de informação e bens e na qual teoricamente haveria uma reorganização dos centros de poder mundiais e uma abertura à participação dos diferentes países em decisões simbólicas e econômicas, na prática do mercado apresenta algumas limitações concretas. É fato que houve um crescimento na participação de países do Oriente e dos BRIC's¹² no mercado mundial de arte. No entanto, uma breve consulta aos relatórios anuais da Artprice demonstra que ainda há uma extrema concentração de participação de mercado dos Estados Unidos e países europeus nesse *ranking*. Tal predominância de mercado fica ainda mais visível quando se trata dos artistas de maior visibilidade no cenário internacional. Apesar do vertiginoso crescimento da participação da China no mercado global nos últimos anos, a maior parte das transações comerciais envolvendo colecionadores e artistas chineses ainda permanece restrita às suas próprias fronteiras, como um nicho específico de mercado.

Como marco histórico do início da financeirização do mercado podemos tomar o ano de 1967, quando o periódico inglês *The Times* comparou explicitamente arte com ações, ao publicar uma indexação de preços de obras a partir das cotações registradas nos leilões, de forma semelhante ao índice contemporâneo de *commodities* Dow Jones (LIND, 2012). Além disso, e contribuindo para a perda do estigma negativo existente em relação ao mercado e da aceitação da arte como investimento, nos anos 1980 alguns bancos passaram oferecer serviços de consultoria para grandes clientes na aquisição de obras de arte e, portanto, a reconhecer arte como parte do portfólio de investimento desses clientes.

De lá para cá essa visão naturalizou-se de tal forma no mercado que é comum encontrar na bibliografia acerca do tema a expressão “comprar com os ouvidos”¹³ (THOMPSON, 2012). Ou seja, a contemplação e apreciação estética perderam espaço para a noção de arte como negócio, e o surgimento de fundos de investimento através da compra de ações de determinadas obras de arte vem se tornando cada vez mais frequente.

Precificação: o atual paradigma do valor da arte?

Tomando o valor das obras como aqueles atingidos nos leilões, ainda nos falta informações e dados confiáveis para mensurar o tamanho do mercado como um todo, ou mesmo compreender os processos de formação de preços de obras de arte contemporânea fora deste ambiente. O que temos, além dos registros de casas leiloeiras, são estimativas de movimentações financeiras a partir das vendas realizadas em feiras e galerias. E mesmo assim, acredita-se que esses valores estejam muito abaixo do realmente praticado no mercado. Segundo estimativas de Clare McAndrew, para o TEFAF Art Market Report de 2013, foram movimentados cerca de 35,5 milhões de dólares durante o ano de 2012 em todo o mundo. Ainda segundo este mesmo relatório, as vendas do mercado brasileiro corresponderiam a cerca de 455 milhões de dólares, ou aproximadamente 1% do volume mundialmente comercializado¹⁴. No entanto, há um conhecimento tácito interno ao próprio mercado que compreende esses números como sinalizadores de tendências mais do que como reais valores praticados nas vendas diretas.

Em relação à precificação de uma obra, há conceitos básicos de economia, como os de oferta e procura, que ajudariam a explicar parte dos processos de valoração de qualquer produto (seja ele de natureza artística ou não). Por exemplo, os altos valores atingidos por obras dos grandes mestres, dos impressionistas e modernos reconhecidos teriam relação direta com a *raridade* das obras em questão. Isso, pois há um limite da quantidade de obras produzidas por Rembrandt e mesmo por Picasso¹⁵, que reduz o universo de possibilidades para quem quiser adquirir uma obra desses artistas.

Em se tratando de arte contemporânea, contudo, essas regras básicas de economia acabam sendo subvertidas. Thompson (2012) afirma que esses preceitos econômicos não se aplicariam quando um artista contemporâneo está em alta: se o artista consegue criar peças suficientes para expor simultaneamente em várias galerias e feiras de arte ao redor do mundo, o “zum-zum” maior em torno dele elevaria seus preços.

No entanto, há outros conceitos advindos da economia que iluminam setores bastante obscuros em relação à precificação de obras de arte contemporânea. Thompson (2012) curiosamente afirma que a estrutura do mercado de arte aponta para evidências de que o lucro não seria a principal questão a ser levada em consideração no momento de estipular o preço (valor) de uma obra. O mais importante seria o que os economistas chamam de ‘sinalização’. Ou seja, num mercado onde as informações são escassas e pouco confiáveis, o nível de preço sinalizaria a reputação do artista, o *status* do negociante e o do comprador pretendido. Portanto, é possível que, enquanto houver oferta nas noites de gala dos leilões da Sotheby’s e Christie’s e galerias exclusivas promovendo artistas com *status* de estrela a mega colecionadores, obras de arte contemporânea sigam batendo recordes sucessivos e ocupando destaque nos informes econômicos.

Isso não significa, no entanto, que o mercado como um todo funcione desta forma. Como Olav Velthuis (2012) aponta em um texto do livro organizado por ele e Maria Lind, apesar desse mercado *leader* global servir de modelo para o funcionamento para outras esferas do mercado, há âmbitos de atuação local e nacional que mesclam práticas do regime *dealer-critic* com o *dealer-collector*. Nesses casos, a dimensão de preços praticados é outra. Segundo ele, isso ocorreria

porque não podemos compreender o mercado de arte como uma única entidade homogênea – aquela que funcionaria em âmbito global – mas sim a partir de variados *circuitos de comércio*. Ou seja, como uma pletera de circuitos menores, cada um deles com seus próprios atores, práticas de negócios e regimes de valor, que interagem com o topo do circuito comercial (ou não) a partir de distintas lógicas de ação.

Velthuis aponta que, na verdade, as tendências e as práticas surgidas no circuito comercial composto pelos artistas mais caros não necessariamente refletiriam o que acontece em outros circuitos do mercado, nem mesmo chegariam a “transbordar e escorrer” para esses outros circuitos. Isso até poderia acontecer em alguma medida. Mas o autor chama a atenção para o fato de tais tendências, em muitos casos, estarem inspirando artistas e negociantes a realizar “trabalhos de fronteira”. Tal postura de resistência ao *star system* buscaria justamente evitar uma identificação com lógicas de ação estritamente comerciais e embasariam formas de construção de valor apoiadas em outros fatores que não a precificação estrita das obras.

Este artigo se propôs, portanto, a apresentar um breve panorama histórico sobre a constituição e o desenvolvimento do mercado de arte até suas transformações mais recentes, bem como procurou compreender como se processaram diferentes regimes de legitimação e constituição de valor deste mesmo mercado. Ademais de esgotar o tema, a ideia central era a de fomentar uma necessária reflexão acerca de questões, atualmente tão presentes no dia-a-dia de trabalho de artistas e de outros profissionais do campo, mas ainda pouco debatidas em circuitos acadêmicos. A provocadora pergunta que intitula esse texto não leva, portanto, a um consenso. Muito menos a uma resposta imediata. A intenção é que ela funcione como um disparador. Cabe a nós buscar compreender todo o contexto por ela ativado, para somente então propor respostas que levem em consideração a complexidade dos fatores envolvidos na constituição de valor de uma obra de arte contemporânea.

NOTAS

¹ O título do presente artigo foi inspirado em uma entrevista publicada na revista eletrônica Serrote, realizada por Luiz Camillo Osório com Paulo Sérgio Duarte e Heitor Reis, intitulada “A arte brasileira vale o quanto custa?”.

Pela pertinência e atualidade da questão, considero útil e interessante tomarmos tal questionamento como norte para as reflexões que aqui se seguem. Disponível em: <http://www.revistaserrote.com.br/2013/03/desentendimento-a-arte-brasileira-vale-o-quanto-custa/>

² Paul Durand-Ruel adquiriu visibilidade por ter lançado e trabalhado a partir de contratos de exclusividade com artistas como Monet, Renoir e Pissarro. Ou seja, as transformações de mercado acompanhavam profundas transformações estéticas e estruturais internas ao campo da arte, como a difusão e avanços na aceitação do trabalho dos Impressionistas e a gradual perda de controle e poder da Academia em relação à nova produção.

³ Fazendo com que o foco das vendas em leilões da época recaísse sobre os Grandes Mestres e em galerias sobre os modernos, em especial os representantes do Expressionismo Abstrato.

⁴ Basquiat foi o artista número um no ranking de valor das obras mais caras vendidas em leilões no ano de 2012, segundo a Artprice.

⁵ No final do ano de 2011, artistas contemporâneos já representavam, para as casas de leilão, um ramo mais rentável do que o dos Grandes Mestres, gerando um total de 11% das receitas totais de leilões, se comparado com apenas 4% de dez anos antes (ArtPrice Annual Report 2011-2012, p. 11).

⁶ In formação disponível em artigo do *site* do New York Times, do dia 16 de setembro de 2008: <http://www.nytimes.com/2008/09/17/arts/design/17auct.html>

⁷ Informação disponível em artigo do *site* da ArtInfo, do dia 08 de janeiro de 2013: <http://www.nytimes.com/2008/09/17/arts/design/17auct.html><http://www.artinfo.com/news/story/854175/in-the-debate-about-the-art-bubble-the-dealer-is-the-missing>

⁸ No Brasil, a ArtRio divulgou um faturamento de R\$ 120 milhões na edição de 2011 e previu o faturamento de cerca de R\$ 150 milhões na de 2012. No entanto, a cifra da edição de 2012 não foi divulgada oficialmente. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/cultura/com-74-mil-pessoas-artrio-fica-entre-exito-o-caos-do-crescimento-6122298>

⁹ A exemplo do que foi citado anteriormente sobre Clement Greenberg e o Expressionismo Abstrato.

¹⁰ “Como resultado, o sistema negociante-crítico, que repousa na distinção entre valorização artística por especialistas e valorização econômica por comerciantes, foi substituído por aquilo que Graw chama de regime negociante-colecionador ou que Nachoem Wijnberg e Gerda Gemser chamam de sistema de seleção do mercado. Neste novo regime, julgamento especializado não tem mais um impacto significativo no mercado. Valores econômicos agora determinam reputações artísticas mais do que o inverso” (tradução da autora).

¹¹ “Ao que parece, o que os ricos querem comprar é o que os economistas chamam de ‘bens de Veblen’ ou ‘bens de *status*’, coisas que provam para o resto do mundo que eles são realmente ricos” (THOMPSON, 2012, p. 27).

¹² Brasil, Rússia, China, Índia e África do Sul.

¹³ Expressão coloquialmente usada no mercado de arte que corresponde a comprar obras de arte pela reputação dos atores envolvidos na operação, seja o artista ou o galerista em questão. Aqui se evidencia o fato de muitas vezes essas vendas serem feitas por telefone, sem o comprador ao menos ter visto a obra ao vivo.

¹⁴ Cabe ressaltar que é a primeira vez que o Brasil sequer aparece neste tipo de estudo, que neste ano teve o foco de análise na China e no Brasil.

¹⁵ Há anedotas no meio da arte nas quais se conta que Picasso assinava folhas de cheque para seus credores sabendo que elas nunca seriam descontadas, pois um dia valeriam mais que a dívida do artista somente por terem sua assinatura.

REFERÊNCIAS

BOURDIEU, Pierre. **As regras da arte** : gênese e estrutura do campo literário. São Paulo : Companhia das Letras, 1996. 431 p.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. **A sociedade sem relato**: Antropologia e Estética da Iminência. / Néstor García Canclini; tradução Maria Paulo Gurgel Ribeiro. – São Paulo : Editora da Universidade de São Paulo, 2012. 264 p.: Il.

FIALHO, Ana Letícia. **Depois do Muro**, Fundação Joaquim Nabuco : Editora Massagana, 2010.

HEINICH, Nathalie. As reconfigurações do estatuto de artista na época moderna e contemporânea. **Revista Porto Arte** : Porto Alegre, v. 13, n. 22, mai. 2005.

LIND, Maria e VELTHIUS, Olav (org). **Contemporary Art and Its Commercial Markets** : A Report on Current Conditions and Future Scenarios. Sternberg Press, Tensta konsthall, 2012, p. 270.

MC ANDREW, Clare. TEFAF Art Market Report 2013. **The Global Art Market, with a focus on China and Brazil.**

MOULIN, Raymonde. **O mercado da arte: mundialização e novas tecnologias** / Raymonde Moulin; tradução Daniela Kern. Porto Alegre, RS : Zouk, 2007.

POLI, Franceso. **Producción artística y mercado.** Colección Punto Y línea. Editorial Gustavo Gili : Barcelona, 1976.

RUSKIN, John. **A economia política da arte** / John Ruskin; tradução e apresentação Rafael Cardoso. – Rio de Janeiro : Record, 2004.

THOMPSON, Don. **O tubarão de 12 milhões de dólares: a curiosa economia da arte contemporânea** / Don Thompson; tradução Denise Bottmann. – BEI Comunicação, 2012.

THORNTON, Sarah. **Sete dias no mundo da arte: Bastidores, tramas e intrigas de um mercado milionário** / Sarah Thornton ; tradução de Alexandre Martins – Rio de Janeiro : Agir, 2010

WOOD, Paul et alii. **Modernismo em disputa – A arte desde os anos quarenta.** São Paulo : Cosac & Naify Edições, 1998. 276 p.

Relatório anual da Artprice, **CONTEMPORARY ART MARKET 2011/2012**, disponível em <http://web.artprice.com/AMI/AMI.aspx?id=NjMxNjAwMDY0MjU4NDk=&l=en>

Bruna Fetter

Doutoranda pelo PPGAV/UFRGS. Mestre em Ciências Sociais pela PUC/RS, atuou na produção executiva de grandes mostras, com destaque para a coordenação de produção da 6ª Bienal do Mercosul, e para as exposições Agora/Ágora – Criação e Transgressão em Rede e Horizonte Expandido, ambas para o Santander Cultural Porto Alegre. Nos últimos anos vem ministrando cursos sobre Gestão e Marketing Cultural.