

O mercado da arte

Emerson Dionisio Gomes de Oliveira¹

Resumo: A presente resenha procurou apresentar o livro da socióloga Raymonde Moulin, *O mercado da arte*, cujo objetivo principal recaiu sobre a análise dos processos constituintes do atual mercado de artes visuais. Para tanto, o livro preocupa-se com dois mercados distintos. O mercado de arte classificada, que diz respeito às obras de artes autorizadas como patrimônio histórico por uma rede de instituições de arte, de memória e de cultura. E o mercado de arte contemporânea, privilegiado no livro, refere-se às obras que ainda estão em pleno processo de legitimação pela mesma rede institucional.

Palavras-chave: mercado de arte; arte contemporânea; direitos autorais

Abstract: This review sought to present the book entitled *O mercado da arte* (The art market) by the sociologist Raymonde Moulin, with the principal objective reflecting upon the analysis of the constituent processes of the current visual art market. As such, the book concerned itself with two distinct markets. The classified art market, which refers to works of art authorized as historic heritage of memory and culture, by a network of art institutions and the contemporary art market, which is favored in the book, referring to the works of art that are still in the full process swing of legitimation by the same institutional network.

Keywords: art market; contemporary art, copyright

Resenha

MOULIN, Raymonde. *O mercado da arte: mundialização e novas tecnologias*. Trad. Daniela Kern. Porto Alegre: Editora Zouk, 2007, 128p.



¹ Doutorando em História na Universidade de Brasília (UnB), onde pesquisa sobre a memória de acervos de museus de arte contemporânea com apoio do CNPq. E-mail emerson_dionisio@hotmail.com

O mercado de arte tem sido uma instância privilegiada para a compreensão das tensões entre os diferentes atores sociais conectados com as artes visuais e outros processos culturais. Mais do que nunca, compreendê-lo tem se tornado uma necessidade premente para todos aqueles que pesquisam e produzem arte, seja qual for sua filiação conceitual ou estética. Algumas premissas, deliberadas ou transformadas em lugares-comuns, tornaram-se importantes: o mercado não possui estilos prediletos, nem está preocupado em realizar grandes distinções entre eles; adere ao que for mais rentável e ao que garanta a arte como objeto de distinção de classe; o mercado age sobre outras instituições, não necessariamente ligadas a ele, como museus, universidades e a mídia, além de influenciar cada vez mais a produção do artista; o mercado como unidade não existe.

Todas essas premissas podem ser verificadas em *O mercado da arte*, da socióloga francesa Raymonde Moulin. Fundadora do Centro de Sociologia das Artes na França, a autora apresenta-nos o alto mercado de arte, cujas características mais visíveis são a internacionalização – que só encontra paralelo com o mercado financeiro global –, os grandes volumes monetários e as articulações com toda uma rede de instituições públicas e privadas para a constituição do estatuto artístico. Moulin deixa claro que esse é apenas um dos “mercados” e mesmo ele não pode ser pensado como unívoco.

A socióloga divide o mercado em duas partes: aquele que se inclina sobre obras “clássicas”, historicamente datadas – arte antiga ou arte moderna –, que já entraram para o código social como patrimônio reconhecível (Moulin denomina-o como o *mercado da arte classificada*); e o *mercado da arte contemporânea*, onde o jogo especulativo é mais alto, pois o próprio estatuto do que venha a ser ou não arte e o que tem ou não valor de mercado estão continuamente em negociação.

Para uma leitura de *O mercado da arte*, é preciso compreender que a realidade que Moulin estuda é um tanto distinta da que verificamos no Brasil. Para começar, a socióloga produz um mapa do mercado global a partir da comparação da realidade francesa, com sua legislação e estrutura institucional, com outros pólos dominantes, como a Inglaterra e os Estados Unidos. É preciso ter em mente que a realidade francesa é demasiadamente diferente da nossa, como mostra a existência do Fundo Nacional de Arte Contemporânea, que adquiriu, entre 1981 e 1999, segundo a autora, perto de 11.000 obras, de 3.500 artistas, para os museus franceses (p.34).

Feita essa observação, a autora aponta para a compreensão do *mercado da arte classificada*, em que a lógica mercantil das peças historicamente inscritas e aceitas como arte reside no domínio de sua autenticidade. Para adquirir peso e lugar mercadológico, a obra precisa ser verdadeira e única; precisa estar corroborada por uma série de agentes que transitam da simples perícia até o trabalho dos curadores de museus públicos. O que garante a oscilação hierárquica (leia-se dos preços) de obras "clássicas" é, sobretudo, sua rarefação no mercado de vendas públicas (contratos diretos ou leilões).

É nesse aspecto que Moulin revela o ponto em que os interesses de *marchands*, colecionadores privados e galeristas podem convergir para influenciar, patrocinar e legitimar estudos eruditos que visam a uma constante revisão do patrimônio artístico. Tal revisão tem sido responsável pelo reaparecimento de escolas, de estilos, de gêneros ou de artistas que até então estavam, teoricamente, subvalorizados. Nesse tocante, a autoridade do historiador da arte é útil para produzir o florescimento das "descobertas" ou "redescobertas", instituindo uma rede de precursores e numerosos seguidores e imitadores pertencentes àquilo que a autora denomina como "estoques adormecidos" (p.19).

Os museus também fazem parte dessa operação desde o século XIX. Eles exercem um papel determinante na homologação e na hierarquização dos valores artísticos. Os acervos públicos acabam por funcionar como reservas de autenticidade e também como publicistas ao produzir exposições e publicações com obras similares àquelas disponíveis no mercado. Aí temos uma crença que compartilhamos com a autora: uma obra de arte só possui território se estiver significada historicamente, uma vez que é transformada em narrativa do passado. Assim, o seu lugar de sentido está numa memória constituída no presente, instituída nas narrativas de um "passado" institucionalizado. No entanto, o esforço dessas instituições, aliadas ou não ao mercado, não é integralmente eficaz, já que a seleção dessa memória presente/passado sofrerá todas as dilatações e restrições das mudanças sociais que continuam transformando nossas sociedades.

Nesse sentido, as intervenções do mercado funcionam de modo cada vez mais pontual e eficaz. Para os operadores da complexa malha de negociações e de ações que se denomina simplesmente como "mercado", o passado passa a ser planejado como um valor necessário à constituição dos limites do que é arte e, por fim, daquilo que configurará um acervo e a circulação da obras no mercado da arte. Curiosamente a autora filia esse trabalho dos acervos dos museus apenas ao mercado de obras classificadas. Sabemos que a arte contemporânea também é altamente dependente das coleções museais, utilizadas como garantidores da autenticidade das obras atuais e como instrumentos de sua patrimonialização, muitas vezes precoce. Afinal, um dos fatores

mais importantes da arte contemporânea é o risco. Esse risco é inevitável para quem faz, para quem vende, para quem critica e para quem compra. Portanto, tais museus configuram-se como um ator importante da rede de validação da produção artística hodierna.

É justamente sobre o mercado de arte contemporânea que o livro está mais atento. Aqui, o próprio conceito de contemporâneo está em cheque, e mais, a autora mostra-nos o papel crucial do mercado na construção da instituição "Arte Contemporânea", como um selo que os agentes da arte conferem a um grupo de obras com características específicas. A relação entre a produção da arte contemporânea e o mercado é tensa e contraditória. Artistas permanecem criticando os alicerces que mantêm tal mercado, ao mesmo tempo em que, cada vez mais, o preço de uma obra ratifica ou não a própria obra como um trabalho econômico de credibilidade no plano estético. A credibilidade da arte contemporânea não reside apenas no trabalho dos agentes tradicionais, como conservadores de museus, administradores e historiadores da arte e curadores. Cada vez mais, o artista precisa da anuência do mercado da arte para estabelecer-se profissionalmente.

Essa última afirmação incomoda. Contudo, a autora opera com dados não muito animadores. Eles exploram o jogo, por exemplo, entre a galeria *leader* e a produção artística. Nessa relação, a galeria é responsável por absorver para si o monopólio de uma dada tendência e partir de estratégias promocionais destinadas a fabricar uma demanda sensível à apreciação das novas criações artísticas. Nessas estratégias, estão o controle da produção – para garantir a raridade –, da circulação, da comunicação, por meio do fomento de mostras próprias ou em espaços associados, e da crítica, ao contratar pareceres publicados em catálogos de forte apelo na máquina de difusão cultural. As galerias usam e abusam de seu poder para interferir em bienais, feiras e mostras internacionais.

Outro fator que colabora para a construção de um mercado global da arte é a manutenção de um sujeito herdado dos oitocentos: o megacolecionador. Presente nos principais conselhos de administração dos grandes museus, ele pode garantir a presença dos artistas que convêm a sua coleção privada – e das galerias que estão associadas a ele –, além do cuidado constante de não desvalorizar os artistas dos quais possui obras. Nessa lógica, mesmo as doações a coleções públicas e a constituição de fundações de caráter patrimonial não são neutras.

Nos dois exemplos acima, *leader* e megacolecionador reforçam a idéia central do livro de Moulin: "A internacionalização do comércio da arte contemporânea é indissociável de sua promoção cultural: ela repousa sobre a articulação entre a rede internacional das galerias e a rede internacional das instituições culturais." (p. 29). Essas redes têm uma função primordial no tocante à arte atual: produzir a autenticidade da obra enquanto arte, o que exige grandes esforços na constituição de uma autoria reconhecida; se o mercado e seus "aliados" conseguem convencer (-se) os possíveis compradores de que o autor é o "Artista", parte do caminho estará trilhado.

É nesse ponto que a autora abre-se para uma análise da recente história do mercado de arte, basicamente dos anos 1970 ao final dos 1990 do último século. Para compreender-se tal história, é preciso aproximar-se do duopólio construído pelas mais importantes casas de leilões do mundo: a norte-americana Sotheby's e a franco-britânica Christie's. Denominadas como "multinacionais dos leilões", ambas operam dentro dos principais centros financeiros (Nova Iorque, Londres, Paris e Tóquio), o que não é nada casual. O mercado americano representa quase metade do mercado mundial, e a Grã-Bretanha, um quarto dele. Acusadas de práticas abusivas e de cartel, as duas empresas foram obrigadas, algumas vezes nas últimas décadas, a revelar seus procedimentos nem sempre éticos e legais, como, por exemplo, a prática de financiar o próprio comprador-vencedor do leilão. A empresa leiloeira emprestava uma parcela considerável do valor da compra, com o único objetivo de elevar os preços, tabulando artificialmente os valores referentes a um ou mais artistas.

E mais, os grandes leiloeiros dessas casas vêm atuando como curadores, construindo reagrupamentos coerentes de obras e orquestrando a valorização financeira de correntes estéticas específicas em detrimento de outras. Tal quebra de fronteiras profissionais tem feito muitos críticos perguntarem-se: Onde começa o trabalho do artista, curador ou administrador museal e onde termina aquele operado pelo *marchand*, pelo colecionador e pelo perito pregoeiro? Resposta certamente difícil e que o livro, felizmente, não se atreve a simplificar. No entanto, Moulin adverte que, nas últimas décadas, as duas grandes do mercado de leilões têm colhido animosidade dos poderes públicos, pois muitas de suas práticas entraram em contradição com a lógica de ação dos Estados no tocante à proteção de seu patrimônio nacional.

Esse embate deveu-se ao fato de que empresas como a Sotheby's e a Christie's têm trabalhado com o objetivo de controlar o conjunto das operações – rastreamento da oferta, difusão da informação, controle da multiplicação dos circuitos comerciais, crescimento e diversificação dos clientes em todo o mundo – ao mesmo tempo em que

visam a controlar a normatização e a escapar às legislações fiscais inamistosas: "A política fiscal é um grande desafio aos olhos dos operadores do mercado". (p.70).

Mas o Estado também pode surgir como aliado nessas questões. Por exemplo, no aspecto normativo, certas modalidades técnicas e estéticas – não tão novas – têm demonstrado os limites dos antigos valores da autenticidade e da raridade em arte. Ao deparar-se com um número crescente de obras produzidas em exemplares múltiplos (gravuras, fotografias, vídeos etc.), o mercado de arte – ao lado dos Estados – tem apresentado soluções engenhosas para reter a circulação múltipla, ao mesmo tempo em que fortalecem velhos conceitos de autoria, numa surpreendente capacidade de apresentar mecanismos eficazes de controle do número de obras realizadas. Para tanto, têm contado com legislações específicas que cercam, sob o signo dos "direitos autorais", a circulação e a venda das obras. Moulin não advoga contra tais direitos, apenas demonstra como eles também podem ser operados pelo mercado das reproduções autorizadas. Um exemplo francês: "No estado atual da legislação, apenas têm direito a ser designadas como obras de arte 'as fotografias feitas por artistas, copiadas por ele ou sob seu controle, assinadas e numeradas dentro do limite de trinta exemplares, todos os formatos e suportes mesclados'. As provas póstumas são excluídas". (p.98).

É fato que os agentes do mercado continuam a deparar-se com mais problemas para controlar a circulação da arte na medida em que os artistas contemporâneos testam novas formas, técnicas e suportes, desrespeitando qualquer bom senso mercadológico. Ao mesmo tempo, esses mesmos artistas estão tendo cada vez mais de lidar com custos e operações que apenas agentes globais conseguem assumir. Os custos de promoção acarretados pela globalização superam, às vezes, os custos de produção, mesmo tendo em conta o valor dos novos suportes, que exigem cada vez mais recursos financeiros e patrocinadores para financiá-los, ou seja, a relação entre produtores e mercado foge a qualquer explicação maniqueísta. Essa é, sem dúvida, a mais importante lição da obra de Moulin.