

Universidade Federal de São Carlos
Centro de Educação e Ciências Humanas
Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social

Dayana Zdebsky de Cordova

Relações apaixonadas, investimentos obsessivos:
*uma etnografia sobre colecionismo e o mercado brasileiro de arte
contemporânea*

São Carlos,
2018

Universidade Federal de São Carlos
Centro de Educação e Ciências Humanas
Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social

Dayana Zdebsky de Cordova

Relações apaixonadas, investimentos obsessivos:
*uma etnografia sobre colecionismo e o mercado brasileiro de arte
contemporânea*

Tese de doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social como requisito parcial para a obtenção do título de Doutora em Antropologia Social.
Orientador: Prof. Dr. Piero de Camargo Leirner

São Carlos,
2018



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS

Centro de Educação e Ciências Humanas
Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social

Folha de Aprovação

Assinaturas dos membros da comissão examinadora que avaliou e aprovou a Defesa de Tese de Doutorado da candidata Dayana Zdebsky de Cordova, realizada em 04/04/2018:

Prof. Dr. Piero de Camargo Leirner
UFSCar

Prof. Dr. Marcos Pazzanese Duarte Lanna
UFSCar

Prof. Dra. Lígia Maria de Souza Dabul
UFF

Prof. Dr. Leonardo Carvalho Bertolossi
UFRJ

Prof. Dr. Ciméa Barbato Bevilaqua
UFPR

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao CNPq pela bolsa concedida ao longo do doutorado, sem a qual não seria possível realizar a pesquisa que embasa esta tese.

Agradeço ao meu orientador, Piero Leirner, por ter aceitado a empreitada de me acompanhar ao longo dessa jornada e pela paciência que isso demandou. Agradeço também a todos os professores do PPGAS/UFSCAR, em especial a Anna Catarina Morawska Vianna pelo incentivo em desbravar terras e teorias além-mar.

Agradeço às contribuições generosas de Ciméa Bevilaqua e Luiz Henrique de Toledo na banca de qualificação, que foram fundamentais para a construção desta tese. A Ligia Dabul, a Ciméa Bevilaqua, ao Leonardo Bertolossi e ao Marcos Lanna, que aceitaram a empreitada de participar de minha banca de defesa. A Natacha Simei Leal e ao Igor José de Renó Machado, que concordaram em estar na suplência da banca.

Aos meus colegas de turma pelos debates e compartilhamentos de ideias, agradeço especialmente a Henrique Junio Felipe, pelo apoio a distância ao longo da pesquisa de campo e do período de escrita da tese.

Agradeço a todos os amigos que me abrigaram durante a pesquisa de campo – sem o suporte de vocês seria inviável arcar com os custos de minha pesquisa: a Giorgia Barbosa Conceição e Henrique Saidel, pelo abrigo justinho e aconchegante em sua quitinete em Botafogo e a Giorgia na “mansão” em Estácio, no pé do morro São Carlos; a Lucas Ribeiro e Deborah Bruel, com quem dividi abrigo durante meses na 9 de Julho, pertinho da Praça Roosevelt; a Beth Moura por me receber no Copan e na Vila Mariana; a Cacá Bordini nas imediações do metrô Ana Rosa; a Mauro Fernandes, na Lapa; a Alex Flynn e Noara Quintana, que me receberam ao lado da Biblioteca Mário de Andrade; a Letícia Maris Moreira, que me recebeu na Conceição; a Thaís de Almeida Prado, com quem vivi alguns meses nos pés do Minhocão; a Ana Luisa Lima, em São Paulo; a Julia Sakamoto e ao Bruner Titonelli no Setor Grandes Áreas Norte (SGAN) em Brasília; a Mayra Lafoz Bertussi e ao Fabrizio Rosa no 20emme em Paris; a Ane Cristine Wegner, em Paris; a Ana Letícia Rosa em

Upton Park, Londres; a Gustavo Onto pelo abrigo em Copacabana; a Tomás Melo no Fontana em Niterói.

Agradeço a todos os colecionadores que me receberam em suas casas e a todos os interlocutores que dedicaram alguns instantes de suas vidas a esta pesquisa. E, em especial, agradeço a Lucas Ribeiro, amigo que compartilhou contatos e a quem devo muito do que aprendi sobre mercado de arte nesses últimos anos.

As minhas amigas de mestrado, com as quais sigo partilhando as alegrias e agruras de nos fazermos antropólogas e que muito admiro: Vanessa Durando e Andressa Lewandowski. A Nicole Soares, por ter cuidado de mim em um dos momentos mais difíceis dos últimos anos. A Aline Iubel, amiga querida, parceira de trabalho, meu lastro durante o doutorado, leitora mais que generosa: sem o seu apoio não teria chego ao doutorado, quem dirá ter terminado esta tese.

Aos recém-doutores pesquisadores do mercado e da arte contemporânea, com quem pude compartilhar as agruras do campo e cujas experiências me ajudaram a criar estratégias para tecer essa pesquisa: a Daniela Stocco, ao Leonardo Bertolossi e a amiga mais que querida Bruna Fetter, que fez uma leitura crítica supergenerosa da primeira versão desta tese. Um agradecimento especial também ao Alex Flynn, amigo com quem compartilhei bons momentos em campo e reflexões deles decorrentes.

Agradeço a Karla Gobo pelo carinho e levantamento de dados sobre colecionismo junto a seus sujeitos de pesquisa. A Fabia Berlatto e ao Adriano Codato pela presença e carinho.

As mulheres maravilhosas da rede Parto Humanizado CWB, da Slingoteca e, principalmente, do Mama Neném Project que, sempre presentes e disponíveis, me ajudaram a criar estratégias para fazer confluir as horas de trabalho na tese com os cuidados com minha filha, me deram conforto nos momentos mais difíceis e me ajudaram a manter o prumo. Um agradecimento mais que especial a Hellen Suzuki, que trabalhou na revisão desta tese.

Ao Cauê Krüger e ao Leonardo Campoy, agradeço pela cobertura durante minha ausência na Especialização em Antropologia Cultural na PUC/PR – amo vocês. Aos alunos da especialização, agradeço imensamente a compreensão e a paciência.

A Vila Sofia e seu projeto de mamaworking que alia espaço de trabalho para os pais e berçário/creche para os bebês – não haveria tese sem vocês. Meu obrigado a Paola, Deyse, Lu, Gi e Maria Luisa por cuidarem com tanto amor de Martina.

As mulheres incríveis com quem tenho tido a oportunidade de fazer da maternidade uma experiência que tem passado longe da solidão: Dominique, Sarah, Tiemi, Rachel, Adriana, Fran, Priscila, Bruna, Tayná, Simara.

A Flávia Cêra, que me fez entender e aceitar que ser mãe e acadêmica exige a construção de um método de trabalho outro, a abertura à escrita fragmentada e precária – com toda potência e abertura de possibilidades que isso traz.

A Fernando, Alline e Teresinha, por cuidarem de minha saúde.

Aos amigos que tanto amo e que têm sido pacientes com minha ausência. Ao Henrique Saidel pelas horas de trabalho e comilanças compartilhadas.

A minha família, a família de Denis e a Mari por todo apoio possível.

A Denis, por fazer de um projeto meu um projeto nosso. A Martina, por ser uma bebezinha doce, carinhosa e paciente com essa mamãe aqui que resolveu parir uma tese logo no seu primeiro ano de vida.

RESUMO

Esta é uma etnografia sobre o colecionismo particular e o mercado brasileiro primário das artes visuais contemporâneas. Esta tese versa, mais especificamente, sobre a face que ocupa o centro de poder e de visibilidade desse mercado, que é um dentre os possíveis das artes contemporâneas. Trata-se de um contexto de compra e vendas de obras de arte, um mercado de elite perpassado por cálculos e estratégias narrativas que, mais que analíticos, são produtores desse mercado. O mercado em questão é aqui apresentado e contextualizado através de um evento que concentra narrativas e reúne em um mesmo lugar, durante alguns dias, diferentes atores das artes visuais: a feira de arte. Mas esta é, principalmente, uma tese sobre paixão, obsessão, construção de conhecimento e investimento – forças que movem compradores de arte, perpassam moralidades, classificam colecionadores e coleções, animam o mercado como um todo e que produzem e são produzidas por relações entre pessoas físicas e jurídicas, entre humanos e obras de arte.

Palavras-chave: colecionismo; mercado brasileiro de arte contemporânea; paixão; investimento; conhecimento

ABSTRACT

This is an ethnography about private art collections and the primary Brazilian contemporary arts market. More specifically, the thesis addresses a facet at the center of power and visibility in this market, one among many within the contemporary arts. A context in which artworks are bought and sold, an elite market pervaded by calculations and narrative strategies, which more than analytical are producers of this very market. The market in question is hereby presented and contextualized through an event that concentrates narratives and brings together in a single place, for a few days, different visual arts actors: the art fair. Most of all, however, this is a thesis about passion, obsession, knowledge building, and investment – the forces that drive art buyers, pervade moralities, categorize collectors and collections, move the market as a whole, and which produce and are produced by relationships between individuals and corporations, between humans and art works.

Keywords: collecting; Brazilian contemporary art market; passion; investment; knowledge

LISTA DE SIGLAS

Abact – Associação Brasileira de Arte Contemporânea

APAA – Association of Professional Art Advisors

Apex-Brasil – Agência Brasileira de Promoção de Exportação e Investimentos

ArtRio – Feira de Arte Internacional do Rio de Janeiro

BAC – Brasil Arte Contemporânea

CBIEAC – Comitê Brasileiro de Internacionalização e Economia da Arte Contemporânea

EMBAP – Escola de Música e Belas Artes do Paraná

FCC – Fundação Cultural de Curitiba

FIP BGA – Brazil Golden Art – BGA Fundo de Investimentos e Participações

Funarte – Fundação Nacional das Artes

FBSP – Fundação Bienal de São Paulo

FVCB – Fundação Vera Chaves Barcellos

IAC – Instituto Arte Contemporânea

Ibram – Instituto Brasileiro dos Museus

ICOM – International Council of Museums

IFF – Instituto Figueiredo Ferraz

MAC-PR – Museu de Arte Contemporânea do Paraná

MAC USP – Museu de Arte Contemporânea da Universidade de São Paulo

MAM-BA – Museu de Arte Moderna da Bahia

MAM Rio – Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro

MAM-SP – Museu de Arte Moderna de São Paulo

MAR – Museu de Arte do Rio de Janeiro

MASP – Museu de Arte de São Paulo

MinC – Ministério da Cultura

MoMA – The Museum Of Modern Art

MON – Museu Oscar Niemeyer

P.A. – prova do artista

SP-Arte – Festival Internacional de Arte de São Paulo

SP-Arte/Foto – Feira de Fotografia de São Paulo

Tefaf – The European Fine Art Foundation

The Met – Metropolitan Museum of Art

vip – very important person/people

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	05
0.1 “coleção de artista” e “coleção coleção”	05
0.2 arte contemporânea, urbanidades e a construção do tema	
mercado de arte	09
0.3 o mercado primário brasileiro de arte contemporânea: desmembrando o	
conceito.....	22
0.4 elites e a antropologia, a elite do mercado de arte e alguns desafios	
da pesquisa	27
0.4.1. elites: acessos e efeitos colaterais	27
0.4.2 situações de não acesso vividas em campo	32
0.4.3 esforços para minimizar marcadores de diferença: o inglês e o vestuário	
no mercado de artes	37
0.4.4 partilhando dificuldades de pesquisa com outros pesquisadores e circunscrevendo	
o “objeto” da etnografia	46
0.4.5 por que estudar os colecionadores para pensar o mercado de arte?	50
0.5 o mercado de arte e o colecionismo na sociologia e nos estudos sistêmicos	
da arte contemporânea brasileira	52
0.6 estrutura da tese	58
CAPÍTULO 1 - FALAS, CONSTRUÇÃO DE MERCADO E CONTEXTOS	
(GEO)POLÍTICOS	63
1.1 sobre os analistas do mercado arte	63
1.2 contextos políticos, escalas de mercado.....	68
1.3 cálculos, imagens e a produção de um mercado de arte contemporânea	83
1.3.1 Projeto Latitude: uma plataforma de cálculo e promoção do mercado	
brasileiro de arte contemporânea	83
1.3.2 o mercado e seus indicadores: mensurar para criar	86
1.3.3 replicando falas e projetando imagens	94
CAPÍTULO 2 - a feira de arte	97
2.1 a feira antes da feira	100
2.2 chegando à feira	111
2.3 o ambiente feira	115
2.4 entrando na feira	120
2.5 o pós-feira	137

2.6 eventos paralelos	138
CAPÍTULO 3 - como se fazem os colecionadores	144
3.1 o começo	144
3.1.1 <i>casando e decorando</i>	150
3.1.2 <i>outras relações: motes de coleções</i>	153
3.1.3 <i>seguir comprando</i>	156
3.2 o turning point	158
3.2.1 <i>as escolhas</i>	164
3.2.2 <i>coleccionar em profundidade</i>	168
3.2.3 <i>revedo alguns pontos da coleção</i>	170
3.3 o colecionador entre artistas, galeristas e advisors	174
3.3.1 <i>galeristas e galerias</i>	175
3.3.2 <i>artistas-galeristas-coleccionadores</i>	184
3.3.3 <i>sobre acessos</i>	190
3.3.4 <i>advisers e curadores</i>	194
3.3.5 <i>os colecionadores e os artistas</i>	203
CAPÍTULO 4 - Sobre museus, paixão, conhecimento e investimento	210
4.1 colecionadores e conselhos de museus	210
4.2 o colecionador na coluna social	223
4.2.1 <i>eventos beneficentes</i>	223
4.2.2 <i>o olho e o ouvido do colecionador</i>	236
4.2.3 <i>o encontro com o outro e a negação do colecionador "de coluna social" ..</i>	241
4.3 conhecimento e paixão	244
4.4 arte como investimento	254
4.4.1 <i>Fundo de Investimento e Participações Brazil Golden Art (FIP BGA)</i>	260
4.4.2 <i>a paixão valorizada</i>	266
4.5 sobre investimentos, conselhos e doações para museus	269
4.6 ter arte e ter dinheiro	275
ALGUMAS CONSIDERAÇÕES	280
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS E DOCUMENTAIS	294
endereços virtuais	294
entrevistas, vídeos, depoimentos, palestras, documentos	303
matérias em periódicos não acadêmicos e afins	307
referências bibliográficas	323

INTRODUÇÃO

0.1 “coleção de artista” e “coleção coleção”

Em 2008, quatro anos antes de iniciar a pesquisa que deu origem à tese aqui apresentada, fiz algumas viagens a São Paulo acompanhando Antônio Silva,¹ um amigo artista representado por uma galeria da cidade. Morávamos em Curitiba. Morar fora do eixo Rio de Janeiro-São Paulo ia na contramão da tendência dos artistas brasileiros originários de fora dessas cidades de migrar para uma delas, em especial para São Paulo. Era lá que o mercado brasileiro de arte contemporânea estava concentrado e, portanto, o lugar onde os artistas visuais se estabeleciam movidos pelo interesse de “se inserir” nesse mercado. A intenção de viajar com Antônio era entender um pouco o mercado de arte contemporânea, que na minha pesquisa de mestrado sobre a produção de jovens artistas em instituições públicas aparecia como um contraponto ao circuito institucional em discursos que partiam de diferentes interlocutores.

Durante a escrita desta tese me veio à lembrança de que, em uma dessas viagens a São Paulo, acompanhando não apenas Antônio, mas também sua companheira Adriana,² me hospedei na casa de um artista pernambucano, amigo do casal, [Manoel Veiga](#).³

1 Nome ficcional. A lógica de citação de nomes ficcionais e reais dos atores desta tese é a seguinte: quando se trata de falas feitas publicamente ou divulgadas virtualmente, de informações já publicizadas de alguma forma na *internet*, referências a aquisições de obras de artistas ou quando autorizado por meus interlocutores, utilizo seus nomes reais. Este é o caso da maior parte das pessoas diretamente referidas ao longo da tese. Quando se trata de pessoas cuja citação não foi por algum motivo autorizada (desde que suas falas não tenham sido feitas publicamente, não tenham sido publicizadas de alguma forma ou não sejam informações de conhecimento público), ou ainda quando a informação divulgada possa, a meu ver, trazer algum tipo de prejuízo aos meus interlocutores, utilizo nomes ficcionais. Os nomes ficcionalizados ao longo da tese serão indicados em nota de rodapé na primeira vez que forem mencionados no texto.

2 Idem.

3 Como seria inviável fazer uma nota ou informar de outra forma no texto quem são todas as pessoas (físicas e jurídicas) referenciadas ao longo desta tese, optei por trabalhar na versão digital (.pdf) deste texto com *hyperlinks* que direcionam a leitora e o leitor para as melhores referências que encontrei sobre as elas na *internet*, preferencialmente seus próprios *sites*. As referências bibliográficas e documentais aqui acionadas e disponíveis na *internet* também seguem com *hyperlinks*, destacados com sublinhado e em azul. Destacados com sublinhado e em verde estão os *links* compostos, em sua grande maioria, por imagens. Sublinhado e em rosa estão imagens que recomendo fortemente o acesso por dialogarem diretamente com o texto. Com exceção destes últimos, que apresento na tese em

Até onde minha memória e minhas anotações permitem chegar, foi nessa ocasião a primeira vez que entrei em contato com uma pessoa física que tinha várias obras de arte reunidas em sua residência. Escutei o casal curitibano dizer que Manoel tinha “*uma boa coleção.*”⁴ Quando tive oportunidade, fui conversar com nosso anfitrião a respeito. No entanto, para minha surpresa, enquanto passeava comigo entre as obras dispostas na sala de sua casa, Manoel disse: “*não é uma coleção coleção, é uma coleção de artista*”. (diário de campo, 2008)

Manoel tornou-se uma figura querida durante o doutorado. Sorridente e amoroso, era sempre acolhedor encontrá-lo em feiras e aberturas de exposições na capital paulista, onde realizei parte significativa de meu trabalho de campo. Ao lembrar da frase de Manoel citada acima, quase dez anos depois, liguei para ele e perguntei por que havia dito que sua coleção “*não era uma coleção coleção, mas uma coleção de artista.*” Manoel me explicou que o conjunto de obras que tinha não foi formado com a ideia de montar uma coleção sobre determinado assunto ou tematizada em algum tipo de arte contemporânea, como acontece com o que chamou de “*coleccionadores de verdade*”. (diário de campo, dezembro de 2016) Os trabalhos que tinha, em sua maioria, foram presentes de amigos ou decorrentes de trocas com os mesmos. Essas trocas foram feitas não por interesse nos trabalhos em si, ou por um determinado trabalho fazer sentido junto às demais obras que pertenciam a ele, mas por afeto.

Em outras palavras, Manoel não possuía, segundo ele mesmo, uma *coleção* no mesmo sentido daquelas pessoas chamadas de colecionadoras. O que ele tinha era um agrupamento de coisas, “*fruto das amizades, dos afetos e não de uma intenção colecionista*”. Já dos amigos próximos e de longa data, não tinha “*apenas um trabalho, mas alguns trabalhos*” que acompanham as “*mudanças de fase e da carreira desses artistas*”, bem como o tempo de trocas de palavras, de conversas, de amizade, como é o caso de [Gil Vicente](#). E

momentos que considero coerente acessá-los, uma vez que contribuem diretamente com minha narrativa, os demais *hyperlinks* são apresentados ao leitor apenas na primeira vez que menciono a pessoa ou referência no texto.

4 Os textos entre aspas e itálicos são relativos às falas (orais) dos atores desta pesquisa, sejam elas transcritas de entrevistas ou reconstituídas através de minhas anotações ou memória. Em itálico também são destacadas palavras em outras línguas que não o português. Citações em geral, quando não alocadas em parágrafo destacado de meu texto, seguem entre aspas. Em negrito, destaco palavras, termos ou expressões que considero importante salientar ao leitor por estarem intimamente relacionadas às reflexões que serão apresentadas ao longo da tese.

esses amigos próximos também tinham trabalhos de Manoel: “*é um jeito de circular os trabalhos, de colocar pessoas em contato com eles*”. (ib. *ibid.*)

Em minha convivência com artistas nos últimos anos, pude notar que muitos possuíam, em alguma medida, o que Manoel chama de *coleções de artistas*, construídas com trabalhos ganhos de artistas ou através de trocas com os mesmos. Produtores e curadores também podem ter suas coleções, construídas com lógicas semelhantes. Essas coleções passam pelas redes de relações profissionais, em especial aquelas tidas como próximas ou, nas palavras de Manoel, afetivas, tanto em termos de afeto como de afetações, de influências. Aliás, veremos, relações pessoais e profissionais tendem a confundir-se nas redes de relações dos artistas, colecionadores e outros tantos atores do mercado das artes visuais. A partir da pesquisa de mestrado, notei que é muito comum a confluência entre as redes de afetos e afinidades pessoais e as de trabalho – assim como não há uma separação clara entre o “tempo de trabalho” e o “tempo de lazer e/ou de descanso” tão comum entre as classes trabalhadoras (tal como observou Magnani em suas pesquisas sobre o lazer na cidade de São Paulo. [[MAGNANI, 1994](#)]) É comum grupos de amigos também serem grupos de afinidade artística e proporem projetos coletivos juntos, como exposições. Mas, as coleções de artista não são construídas única e necessariamente através de relacionamentos afetivos e confluências artísticas. Elas podem envolver outras intencionalidades e interesses. Presenciei em campo proposições de trocas de trabalhos entre artistas que recém haviam se conhecido ou que não tinham uma proximidade explícita. Vi uma troca ser negociada na abertura de uma exposição a partir do interesse declarado de um artista em um trabalho específico de uma colega. A proposta só foi feita após checar com sua esposa se ela queria ter aquela obra em casa. E ela queria, porque o trabalho “*conversava com outros*” que tinha em casa.

Independentemente das intenções e afetos, ao trocar obras de arte e ao construir suas coleções, os artistas expressam, produzem e/ou intensificam relações. Dar, receber e trocar criam vínculos e são potências comunicativas. Os objetos trocados tornam-se, uma vez dentro dessas *coleções*, índices de suas próprias relações. Nesse sentido, olhar a coleção de um artista pode ser olhar para sua rede de relações com outros artistas e para seus afetos. Pode ser também um modo de um artista valorizar sua própria obra, retendo os trabalhos dos outros que estão o referenciando ou mesmo citando-o, ou ainda, daqueles que são seus interlocutores e fazem parte de uma mesma geração ou grupo. Quando perguntei a Manoel o que fazia quando alguém propunha uma troca envolvendo um trabalho que ele não gostava, respondeu:

“Isso nunca aconteceu. O que não imagino é ter na parede de casa o trabalho de alguém que eu não goste.” (diário de campo, dezembro de 2016) Nesta fala há uma mistura clara entre sentimentos nutridos por um determinado artista e a apreciação do trabalho do mesmo. Ouvi de uma artista que tudo que está pendurado na parede de sua casa são apenas obras de arte que ela gosta, mesmo que dentre os trabalhos guardados em seu armário (e, portanto, ocultos, fora de uma convivência diária) estejam obras de pessoas reconhecidas no meio artístico ou que valham financeiramente mais do que aquilo que está exposto. E me disse uma terceira artista: *“artistas ficam com trabalhos de que gostam. Não tem praticamente nada a ver com investimento. Os trabalhos que ganhei de que não gosto ficam guardados...”* (caderno de campo, dezembro de 2016) O investimento a que a artista se referia na ocasião era financeiro. Mas, quem adquire arte motivado por tal investimento? Parece-me que, da perspectiva dessa artista, muitas das pessoas que compram arte. E a citação acima ainda sobre uma forma “mais legítima” de adquirir arte que não pelo investimento financeiro: segundo o próprio gosto e interesse na arte pela arte.

Em suma: nas entrelinhas da frase de Manoel, *“não é uma coleção coleção, é uma coleção de artista”*, estavam diferentes intencionalidades, lógicas de agrupamentos de obras e afetos. Só percebi isso anos depois, no decorrer do doutorado, estudando as relações entre arte e dinheiro a partir das falas de atores do mercado brasileiro de arte contemporânea sobre si mesmos e sobre seus clientes privilegiados, os colecionadores. Espero demonstrar, ao longo desta tese, que os colecionadores de arte contemporânea que escutei concordariam com Manoel: ser colecionador tem a ver com uma intencionalidade colecionista e com a percepção da coleção enquanto tal. Mas todos enfatizariam também que tal intenção está intimamente atrelada à paixão, sentimento fundamental no processo de constituição de uma coleção. Colecionar arte contemporânea parece ter diferentes intenções e modos, mas de maneira geral passa por uma complexa equação envolvendo racionalizações e passionalidades, controle e descontrole, cálculos e ações impulsivas, elementos constituintes da lógica do próprio mercado de arte contemporânea, em particular o brasileiro, que atribuiu aos colecionadores seu crescimento galopante do início desta década.

0.2 arte contemporânea, urbanidades e a construção do tema mercado de arte

Um de meus primeiros aprendizados na graduação em Ciências Sociais sobre o processo de escrita na antropologia foi que é preciso deixar claro ao leitor de onde se fala. Descreverei, então, experiências de pesquisa anteriores que me levaram a propor uma etnografia sobre o mercado brasileiro de arte contemporânea como tema de doutorado. Meu processo de aproximação das artes visuais contemporâneas foi concomitante à aproximação das ciências sociais e, mais especificamente, da antropologia. Iniciou-se em 1998, ainda antes de ingressar na universidade, com uma rápida excursão à [24ª. Bienal de São Paulo](#), organizada por alunos do colégio em que eu estudava (Colégio Estadual do Paraná) e estudantes recém-ingressos em cursos de ciências humanas da Universidade Federal do Paraná. Passamos apenas um dia em São Paulo, mas foi uma pequenina viagem cheia de primeiras vezes. Era a primeira exposição envolvendo arte contemporânea que visitava na vida e era nada menos que a *Bienal da Antropofagia*, curada por Paulo Herkenhoff e Adriano Pedrosa, considerada por muitos especialistas da área como uma das melhores bienais já feitas. Foram horas caminhando ao lado de estudantes de humanas e secundaristas interessados em arte, **vendo** obras de arte e **ouvindo** o que sabiam sobre elas – e, para mim, que nada entendia daquele universo, tratava-se de um saber muito erudito e complicado, mas intrigante.

Foi nessa mesma viagem a São Paulo a primeira vez que pisei na capital paulista. Hoje, quase 20 anos depois, lembro claramente do ônibus aproximando-se da metrópole ao alvorecer do dia, revelando aos seus passageiros a crueza das formas de concreto daquela cidade, suas multidões, seus *pixos* e grafites. Como consequência dessa visita à bienal, também pisei pela primeira vez no Pavilhão Ciccillo Matarazzo (o [Pavilhão da Bienal](#)), no Parque Ibirapuera, que sediava anualmente a Feira Internacional de Arte de São Paulo (a [SP-Arte](#), hoje, Festival de Arte de São Paulo), e que veio a ser um dos lugares por mim frequentados assiduamente ao longo dos cinco anos dedicados à pesquisa do doutorado e, como esclareci nas próximas páginas, um espaço privilegiado de observação.

Impressionada com a megaexposição e com a megalópole que visitei, fui conversar com um amigo que fazia Ciências Sociais sobre a possibilidade de estudar arte através da antropologia. Um ano depois ingressei na universidade e, durante a graduação em Ciências Sociais, tive uma bolsa de iniciação científica do CNPq para, dentro do recém-

formado NuARP (Núcleo de Artes, Rituais e Performance), pesquisar intervenções político-performáticas em espaços públicos de Curitiba, sob a orientação da Dr^a. Sandra Jacqueline Stoll. Dei continuidade a esse projeto na monografia, pesquisando ações de artistas contemporâneos das artes visuais, música, teatro e dança, que aconteceram nas ruas de Curitiba entre os anos de 1999 e 2003. Por artistas contemporâneos compreendia aqueles que se autoidentificavam de tal forma (ou assim identificavam suas produções), em contraposição às formas expressivas a que comumente nos referimos em nosso linguajar ocidental como “*mais tradicionais*” ou mesmo “*populares*”.

Um parêntese: tenho plena consciência da insuficiência do termo arte contemporânea, e de outras palavras que genericamente aproximei a ele no parágrafo acima – tal como *tradicional* ou *popular* –, do qual escapa, por exemplo, o entendimento de certos pesquisadores da arte produzida por grupos indígenas como algo que pode ser lido de maneira muito mais próxima à lógica do que seria uma arte contemporânea do que supomos em um rápido olhar.⁵ Eu poderia acionar aqui digressões teóricas sobre a mesma, mas entendo que, por um lado, seria uma tarefa hercúlea que a economia desta tese não comporta no momento. Por outro, compreendo que há inúmeras definições de arte contemporânea construídas através das práticas que a compõem, urdidas, por exemplo, em cada exposição que abre, a cada artista ou grupo de artistas selecionados em editais de fomento a este tipo de produção, na construção de cada coleção de arte. Fico por ora com a ideia insuficiente e frágil⁶ de que essa arte a que me refiro aqui, intimamente relacionada às grandes cidades e a uma lógica ocidental (ou ocidentalizada, ou para o ocidente), não se define por especificidades técnicas ou formais e se constitui tanto de consensos contextuais como por dissensos. E, como disse

5 Em *Arte indígena no Brasil*, Els Lagrou alerta que os povos indígenas por ela estudados não partilham nossa noção de arte e que, para eles, diferentemente da arte moderna ocidental que se pensa como autônoma, aquilo que chamamos de arte indígena faz parte do seu cotidiano, indistinguindo, por exemplo, aquilo que compreendemos como arte e como artefato. No entanto, “se fossemos comparar as artes produzidas pelos povos indígenas com as obras conceituais dos artistas contemporâneos, encontraríamos muito mais semelhanças do que à primeira vista suspeitaríamos. Pois muitos dos artefatos e grafismos que marcam o estilo de diferentes grupos indígenas são materializações densas e complexas redes de interações que supõem conjuntos de significado, ou, como diria Gell, que levam a *abduções*, inferências com relação a intenções e ações de outros agentes. São objetos que condensam ações, relações, emoções e sentidos, porque é através dos artefatos que as pessoas agem, se relacionam, se produzem e existem no mundo”. (LAGROU, 2009, p. 12 e 13) E, eu acrescentaria, pensam o mundo – uma vez que obras não são apenas pensamentos.

6 Tal conceito não sintetiza ou esgota o modo como tal arte é pensada ao longo desta tese (e muito menos tal qual a penso), apenas tem a intenção de ser um ponto de partida, mesmo que simplista, para o leitor leigo construir uma imagem de arte contemporânea.

em uma entrevista o historiador, crítico e professor de arte Artur Freitas, “às vezes, a gente não para pra pensar o quanto nós convenciamos a arte do presente através de uma definição negativa, ou seja, nós definimos a arte não pelo que ela é, mas pelo que ela não é: ela não é, por exemplo, um conjunto de regras escritas”. (in BURIGO; CORDOVA, 2015, p. 113) Por ora, usarei o termo arte contemporânea tal qual grande parte dos atores das artes visuais que pesquisei dentro do mercado o fazem: sem defini-la de forma cabal, aprendendo e negociando-a aos poucos, percorrendo exposições, vendo obras, participando de conversas sobre arte; produzindo, escolhendo, comprando e vendendo obras de arte. Espero, portanto, que o leitor não familiarizado com essa arte possa construir imagens dela ao percorrer pacientemente as linhas desta tese, tal qual muitos colecionadores o fazem ao compor suas coleções.

Voltando às ações de arte contemporânea de rua, já que as considero parte importante da construção do objeto de pesquisa aqui em questão: por um lado, os atores pesquisados articulavam em seus trabalhos uma série de lógicas inerentes ao espaço público urbano e, simultaneamente, ao criar situações inusitadas/extracotidianas em tais espaços, explicitavam as lógicas inerentes a ele. Por outro lado, parte significativa desses artistas acionava discursivamente a rua e seus espaços em contraposição aos espaços privados ou institucionais da arte, como os museus, galerias e teatros. Esse ponto interessa particularmente aqui. Vou me concentrar nos artistas contemporâneos que trabalhei durante a graduação mais intimamente relacionados às artes visuais. Perpassava a narrativa desses interlocutores a ideia de que museus, galerias e espaços afins tinham interesses outros que escapavam “à arte em si” – interesses políticos de manutenção do *status quo* e interesses mercadológicos. Os interesses políticos aqui referidos nada têm a ver com aqueles das chamadas artes engajadas, arte relacional ou, mais contemporaneamente, *artivismo*⁷. Muitos artistas que trabalhavam na rua consideravam, naquele momento (início dos anos 2000) que, sendo a rua um espaço eminentemente político, a política sempre perpassava em alguma instância a arte *de* rua ou *na* rua. E muitos produziam trabalhos politicamente posicionados, vários deles em contraposição

7 Para maiores informações ver os dossiês *Artivismo: poéticas e performances políticas na rua e na rede*, sob a direção de Paulo Raposo e John Dawsey (2015), e *Micro-utopias: anthropological perspectives on art, relationality, and creativity*, sob a direção de Ruy Blanes, Alex Flynn, Maïté Maskens e Jonas Tinius (2016), ambos relativos aos *Cadernos de Arte e Antropologia*.

aos espaços institucionais de arte.⁸ Os interesses políticos que deviam ser combatidos dentro das instituições de arte tinham a ver com negociações de cargos e favorecimento das redes de relacionamentos pessoais daqueles que detinham o poder de decisão sobre os espaços oficiais da arte. Para eles, tais espaços eram detentores de grande parte dos recursos financeiros estatais voltados à produção e exibição de arte contemporânea. A maior parte desses recursos financeiros estatais passavam, naquele momento, assim como hoje, pelos interesses das empresas privadas. Explicando: nos anos 1990 propagou-se no Brasil um modelo de fomento estatal à produção artística através de renúncia fiscal que, ao mesmo tempo em que injetou mais dinheiro na cultura, tornou-se a principal política do estado no que tange ao apoio financeiro da produção artística e, simultaneamente, deixou grande parte dos atores das artes dependentes desses recursos para realizar seus projetos artísticos. Nesse modelo, através de processos de renúncia fiscal, as empresas destinam parte de seus recursos ao fomento de projetos artísticos pré-aprovados pelo estado. Esses recursos, por sua vez, são abatidos dos impostos devidos pelas empresas. Embora na prática o dinheiro empregado nesse modelo de fomento às artes seja do estado (relativo aos impostos que seriam recebidos), os projetos financiados são escolhidos também pelas empresas (quando não prioritariamente por elas),

8 Dois exemplos de ações pesquisadas relacionadas a isso são *As chaves do MAC*, realizada anonimamente, e a ação *Pipoca Rosa*, do grupo homônimo. A primeira ocorreu em 2004 e tratou-se da “perda” pela cidade de Curitiba de mais de 500 cópias de chaves acompanhadas de um chaveiro contendo o nome, a logo, o endereço e o telefone do Museu de Arte Contemporânea do Paraná (MAC-PR). As chaves foram encontradas, segundo os relatos dos funcionários do museu, por centenas de pessoas em inúmeros lugares (orelhões, bancos de praça, lixões) que, solidariamente, abarrotaram a linha telefônica da instituição ou foram pessoalmente até ela com o intuito de devolver as tais chaves. Essa ação gerou um fluxo sem precedentes de pessoas relacionando-se com a instituição. Já a ação *Pipoca Rosa* aconteceu nos anos 2000, realizada por um grupo de alunos recém-formados em artes visuais pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Tratou-se do despejo de milhares de sacos rosas de pipoca doce industrializada (tipo canjica), formando grandes montes rosas em frente a museus e demais espaços expositivos curitibanos de arte. Inúmeros sacos de pipoca também foram enviados anonimamente pelos correios para diferentes atores das artes visuais (artistas, diretores de museus, críticos, curadores e pesquisadores, não apenas de Curitiba, mas também de outras cidades brasileiras e de outros países) – o que gerou uma certa desconfiança em relação aos pacotes, uma vez que a ação coincidiu com o período em que algumas pessoas mundo afora receberam pelos correios, em embrulhos não identificados, a bactéria letal antraz. O despejo das pipocas em frente aos espaços expositivos levou inúmeras pessoas a acessarem esses lugares atrás do doce. As pipocas enviadas pelos correios geraram uma rede de comunicação entre os atores da arte. (CORDOVA, 2010) Dentre outras interpretações possíveis, podemos considerar que ambas as ações, *As chaves do MAC* e *Pipoca Rosa*, são claras críticas de uma certa arte de rua (feita para acontecer nesses espaços, ou a partir deles, levando em consideração suas lógicas específicas) às políticas de acessibilidade de artistas e público às instituições de artes.

submetendo-os, da perspectiva de meus interlocutores (e de muitos outros atores das artes), aos seus interesses econômicos particulares.⁹

Os espaços oficiais de arte criticados por parte dos artistas que produziam trabalhos na/para a rua e espaços alternativos também eram *mainstream* em termos de visibilidade da arte.¹⁰ Tinham, então, poder político e financeiro suficiente para eleger, segundo critérios não necessariamente (ou exclusivamente) artísticos, o que era tido ou não como arte visual contemporânea. E essas instituições não apenas excluía de seus espaços de visibilidade e de fomento parte significativa dos artistas, como também não elegiam como arte ou como artista necessariamente o que (ou quem) meus interlocutores chamavam de “*uma boa arte*” (ou “*um bom artista*”) – o que, dentro de suas lógicas narrativas, só poderia ser feito de modo desinteressado em termos políticos e mercadológicos, ou de modo artisticamente interessado.¹¹ A rua, por sua vez, seria um espaço democrático onde diferentes artistas poderiam produzir e expor seus trabalhos sem passar pelo crivo das instituições e seus escolhedores; teria uma maior amplitude de público; seria um espaço político de contraposição às instituições de arte e à arte institucionalizada, onde os interesses artísticos poderiam existir de forma mais independente das forças econômicas corruptoras da boa arte do que nas instituições.

A pesquisa acima referida coincidiu, no entanto, com o momento em que houve uma tendência no Brasil de muitos trabalhos produzidos na e para a rua, e de artistas que trabalhavam prioritariamente na rua irem para dentro dos espaços expositivos institucionais das artes visuais. Um exemplo mais genérico, não diretamente relacionado à minha pesquisa de graduação, mas que teve um maior alcance de público e aconteceu em âmbito nacional, pode ser encontrado na primeira década dos anos 2000, com uma explosão dos grafiteiros [Os Gêmeos](#). Nesse momento, a dupla intensificou sua participação em

9 Para maiores informações e detalhamento a respeito desse modelo de incentivo, ver *O Estado e o empresariamento do sistema da arte* (ROSA, 2014) e *Apontamentos sobre a autonomia social da arte*. (FREITAS, 2005)

10 A ideia de *mainstream* mencionada por mim neste momento não diz respeito às artes visuais contemporâneas frente às demais artes visuais ou formas expressivas, mas ao que é *mainstream* dentro das artes visuais contemporâneas. Neste ponto do texto, refere-se particularmente ao que é legitimado pelas instituições de arte, ao que ocupa espaços de visibilidade centrais (a questão centro X periferia da arte será discutida adiante), ao que domina os meios de comunicação e (por vezes) tem acesso e é de interesse do mercado da arte, genericamente falando.

11 Isso não significa que havia um consenso entre os atores pesquisados do que seria uma boa arte ou um bom artista.

exposições dentro de instituições, como museus, e passou a integrar o portfólio de artistas de uma das galerias comerciais mais importantes do país, a [Fortes Vilaça](#) (hoje nomeada Fortes D'Aloia & Gabriel). Nesse período, também aconteceram exposições dedicadas especificamente à arte urbana, como a Transfer, que teve uma edição no Santander Cultural, em Porto Alegre, e outra no Pavilhão das Culturas Brasileiras, no Parque Ibirapuera, em São Paulo. Nessa época, ainda, foram criadas galerias relacionadas ao tema, como a [Choque Cultural](#) (SP). Talvez particularmente influenciada por meus interesses de pesquisa, vi, nesse momento, uma intensificação da presença de trabalhos produzidos nas e para as ruas em exposições coletivas e individuais não necessariamente voltadas ao assunto, muitas vezes transpostos de um espaço ao outro através da exibição de seus registros fotográficos ou videográficos.

Ou seja, apesar de uma contraposição entre instituições e rua presente nas falas dos artistas que estava pesquisando, as instituições mostravam-se cada vez mais interessadas nas artes contemporâneas de rua e, estas últimas e seus respectivos artistas, cada vez mais presentes nas instituições – presenças essas muitas vezes fundamentais para a subsistência de alguns desses trabalhadores da arte que dependiam dos recursos institucionais para produzir e se sustentar. Isso não era tido necessariamente como uma contradição, porque idealmente e da perspectiva de grande parte das pessoas do meio, era possível, através dessas inserções nos circuitos institucionais, combatê-los de dentro no sentido de transformá-los em lugares menos exclusivos e mais voltados aos interesses artísticos que mercantis, por exemplo. Essa inserção, no entanto, parecia exigir uma certa cautela por parte dos artistas, pois os interesses das instituições e suas más políticas tendiam dominar e obliterar os demais. Uma vez dentro desses espaços institucionais, segundo a lógica narrativa de meus interlocutores, artistas e seus trabalhos corriam maiores riscos de caírem nas armadilhas do sistema *mainstream* da arte e serem por ele corrompidos.

Nesse embate entre **rua** e **instituições** apareceu, mesmo que de forma específica e diluída na crítica institucional e na defesa da rua, a contraposição entre os domínios da arte e do dinheiro (domínio econômico), que veio me interessar alguns anos mais tarde. E, percebo agora, escrevendo sobre a pesquisa de graduação treze anos após sua conclusão, que já nela as falas, os discursos, as retóricas sobre arte se faziam fundamentais na

constituição do universo da arte contemporânea, de suas convergências e conflitos.¹² A díade convergência e conflito foi trabalhada por Bruna Fetter na tese *Narrativas Conflitantes e Convergentes: as feiras e os ecossistemas contemporâneos da arte*. Para a autora, doutora em História, Teoria e Crítica em Artes Visuais, a escolha pelo termo conflitante em vez de divergente tem a ver com a ideia de que é possível divergir sem conflitos. No caso das narrativas que ela pesquisou, relativas às feiras de arte contemporânea, há conflito e não “apenas divergência”. (conversa pessoal, janeiro de 2017) Penso que há ainda outro ponto que dá sentido ao uso do termo conflito: essas narrativas não levam a lugares diferentes, mas se retroalimentam (se “retroproduzem”) e são, em última instância, sustentadas por uma mesma lógica que ambas produzem. O esforço de separar arte e mercado daqueles que defendem uma autonomia da primeira frente ao segundo corrobora com a lógica que sustenta a arte como um tipo de mercadoria bem especial para o mercado. A unicidade de cada obra, a pouca comparabilidade entre os artistas, o fato de o valor das obras estar sujeito à análise de poucos especialistas, a intradutibilidade do valor artístico em preço (montante financeiro), características diretamente relacionadas a separação entre arte e demais domínios culturais, tornam esses objetos particularmente especiais dentro da lógica capitalista, propícios à especulação, à construção de preços astronômicos e à lavagem de dinheiro, segundo afirmam sociólogos e demais autores especialistas no (e do) mercado de arte contemporânea, tais como Chin-Tao Wu (2006), Fausto Martin De Sanctis (2015), Olav Velthuis (2005), Danièle Granet e Catherine Lamour (2014), Don Thompson (2012), Sarah Thornton (2010), Luciano Trigo (2009), Fábio Sá Earp e George Kornis (2010), dentre outros.

Interessada em entender o que eram essas instituições a que meus interlocutores da pesquisa de graduação tanto se referiam, optei por pesquisar no mestrado o que eles chamavam de *circuito* ou *sistema institucional das artes*. Por esses termos compreendia, naquele momento, “a intrincada trama construída por lugares, os corpos funcionais dos espaços expositivos e as fontes de recursos financeiros que, em geral, são detentoras de espaços de visibilidade e de publicização de trabalho de arte” (CORDOVA, 2010, p. 91), além dos espaços formais de ensino (tais como as universidades) e certos eventos de arte. Embora a imagem de *sistema* tenha sido acionada pelos atores de minha pesquisa do mestrado em diferentes momentos, ela se fez particularmente importante e

12 Foi também nessa pesquisa que me aproximei e criei laços com interlocutores e amigos que têm me acompanhado, com diferentes intensidades, até os dias de hoje.

presente entre os atores da pesquisa do doutorado, em especial para aqueles que teciam análises sociais da arte. Creio que se trata de uma imagem cunhada nas ciências sociais – na antropologia me vem à mente Clifford Geertz e *A arte como sistema cultural* (1997), na sociologia penso em Talcott Parsons e seu *The Social System* (1951) –, e apropriada pelos atores das artes visuais para se referir ao complexo de pessoas jurídicas (museus, galerias, universidades, leis de fomento à cultura, empresas patrocinadoras de arte) e físicas (artistas, críticos, pesquisadores etc.), ou ainda eventos (como exposições) e plataformas comunicacionais (revistas, sites etc.) que formam o meio das artes. Segundo me afirmou algumas vezes Bruna Fetter, a ideia de sistema começou a ser acionada no contexto brasileiro das artes na década de 1990 pela professora e crítica de arte Maria Amelia Bulhões (ver BULHÕES, 2014), que a orientou no doutorado. Tal imagem foi particularmente importante em meu campo do doutorado por fomentar e protagonizar discussões entre os atores pesquisados em relação a sua *autonomia* (para utilizar um termo bourdieusiano recorrente nessas falas) e sua dependência em relação ao mercado. Nessas discussões, o sistema apareceu ora como algo que deveria manter-se independentemente do mercado, ora como algo do qual o mercado inexoravelmente fazia parte – e mais, alguns defendiam que o mercado não apenas fazia parte do sistema da arte, como afirmavam que em “*um sistema saudável da arte deveria haver um equilíbrio entre mercado e demais instituições*” (ideia pronunciada em campo em diferentes momentos, replicada especialmente por alguns especialistas do mercado).

A cidade-sede de minha pesquisa de mestrado foi, assim como na graduação, Curitiba. Entre os anos de 2007 e 2010 acompanhei inúmeras exposições e suas respectivas aberturas, segui o desenvolvimento de projetos de artistas, pesquisei editais de incentivo à cultura voltados às artes visuais e editais estaduais relativos à ocupação de espaços expositivos vinculados ao Governo do Paraná, participei de aulas de desenho e escultura da Escola de Belas Artes do Paraná,¹³ frequentei palestras e bate-papos sobre exposições, acompanhei um grupo de conversas de artistas que visitavam os ateliês uns dos outros e discutiam seus trabalhos. Como estratégia de narrativa etnográfica, trabalhei na dissertação as

13 Como permaneci grande parte do mestrado sem bolsa de pesquisa, fazia diferentes “bicos” para me sustentar, alguns deles relacionados à produção cultural (elaboração, captação de recursos e administração de projetos, pesquisas na área de patrimônio, produção de peças teatrais, dentre outros). Um desses “bicos” foi como modelo vivo ao longo de um ano na Escola de Música e Belas Artes do Paraná (EMBAP).

trajetórias de encontro com a arte contemporânea e de inserção no circuito institucional de três artistas paranaenses ([Cleverson Salvaro](#), [Lilian Gassen](#) e [Tony Camargo](#)); três instituições comuns aos currículos desses artistas (uma de âmbito municipal, outra, estadual e outra, federal); e, por fim, analisei duas séries de trabalhos e uma obra dos artistas em questão, produzidos para e/ou através da Bolsa Produção para Artes Visuais, atrelada à [Fundação Cultural de Curitiba](#) (FCC). Trata-se de uma dissertação sobre como a circulação intensa de objetos, pessoas e projetos é acionada em decorrência de relações entre pessoas, objetos, instituições, lugares e circuitos de diferentes escalas (municipal, estadual e nacional – que apareceram novamente no doutorado), e como essas relações são produzidas nessa circulação. Ao tentar olhar para a produção de arte contemporânea através de algumas de suas instituições, pude notar que, assim como a rua tem suas passagens e permeabilidades com as instituições, as relações dentro dessas instâncias da arte também não se bastam. Nelas, para além de coisas e pessoas, circulam afetos (amizades) construídos através delas ou em outros lugares de relação e de diálogo.¹⁴ Trata-se de uma via de mão dupla.

Passei algum tempo ao lado de inúmeros artistas e constantemente se **falava** de arte (caminhando pelas ruas, bebendo cerveja em algum boteco, nas visitas às casas das pessoas); marcava-se encontros para **ver** arte; quando era possível, as pessoas viajavam para acompanhar exposições – e isso passou a fazer parte de minha rotina. Era falando (escrevendo) e ouvindo (lendo) sobre arte contemporânea, olhando, fazendo e mostrando arte contemporânea que se aprendia a fazer essa arte e que se seguia fazendo-a. Se a importância do olhar parece evidente em uma arte que se autodefine como visual, esse sentido ganhou mais amplitude e relevância durante essa pesquisa com as instituições de arte do que na pesquisa anterior sobre a arte de rua. Aprendi que o olhar da e para a arte não era um olhar qualquer, mas um olhar aprendido e construído ao se colocar em relação com obras de arte, pessoas e discursos sobre/de arte. A fala, assim como o olhar, apareceu em um lugar de destaque, muito embora tenha sido pouco explorada por mim naquele momento.

Comentei acima que se falava de arte constantemente. Os atores de minha pesquisa produziam espaços de fala o tempo todo, dentro e fora das instituições de arte: organizavam e participavam de grupos de estudos, visitavam ateliês para conversar sobre seus trabalhos e dos outros, iam a bate-papos de exposições e faziam questão de incluí-los em seus

14 E esses outros lugares podem ser vários: universidades, casas de amigos, bares, ateliês, galerias, entre outros.

eventos. Dentro das instituições, os processos seletivos de projetos inscritos em editais para acessar recursos e/ou espaços expositivos configuravam-se como arenas discursivas e embates retóricos entre os avaliadores das instituições, e podiam ser mais ou menos acirrados. E os resultados desses embates, em particular, tinham um grande impacto na comunidade artística: definiam quem poderia ocupar ou não certos espaços expositivos e quem teria dinheiro público ou não para realizar suas propostas artísticas. Ou seja, definiam o que seria visto como arte contemporânea nos espaços dedicados a essa arte e quem realizaria seus projetos acessando um dinheiro que, para muitos, era o único meio possível de sobreviver exclusivamente de seu trabalho artístico, ao menos por um tempo, sem ter que recorrer a outras fontes de renda (bicos ou empregos formais).

As reuniões das comissões de seleção onde eram escolhidos os projetos aprovados nos editais eram sigilosas e, portanto, não pude acompanhar presencialmente nenhuma delas. Mas, tive acesso a documentos relativos a elas, como atas, sucintos pareceres sobre as propostas e alguns dos projetos analisados (através de amigos e interlocutores que se inscreveram nesses processos seletivos); ouvi relatos de pessoas que integraram as comissões; e principalmente, acompanhei a repercussão da divulgação de resultados através da rede de falas e pareceres informais que as pessoas de meu convívio trocavam entre si. Um desses processos de seleção contou com um episódio que considero significativo para o tema desta tese: correu à boca pequena que um(a) integrante da comissão de seleção de certo edital declarou enfaticamente aos colegas que não concordava com a seleção de certa artista porque ela estava inserida no mercado (“*pertencia a uma galeria*”).¹⁵ O membro teria argumentado que essa relação com a galeria tinha duas consequências que deveriam ser consideradas

15 *Pertencer* ou *ser representado* por uma galeria significa estar inserido no quadro de artistas com o qual esse tipo de empresa trabalha. Em geral esse pertencimento envolve um acordo de exclusividade do artista com a galeria. Ou seja, o artista representado não pode ser vendido por outra galeria, ou mesmo vender obras diretamente em seu ateliê, salvo em comum acordo com seu representante. Em grande parte dos casos, esses acordos de exclusividade têm abrangência geográfica, valendo especificamente para a cidade onde a galeria está sediada. Se, por um lado, esse tipo de aliança limita os canais de venda dos artistas, por outro, trata-se de uma possibilidade tida como privilegiada. Espera-se que as galerias *invistam* no artista, *trabalhem* e *cuidem* de sua carreira, fomentando a produção de obras (por vezes, colaborando com os custos das mesmas), colocando-as em circulação (nas feiras, por exemplo), e inserindo-as em coleções importantes, que venham conferir prestígio ao artista e seu trabalho. Essa contrapartida da galeria é de interesse não apenas dos artistas (e do próprio galerista), mas também dos compradores de obras de arte que optam por esse canal de aquisição, uma vez que, se tratando do mercado primário de arte contemporânea, dependem da continuidade da carreira do artista e de sua produção para manter o valor ou valorizar ainda mais, artística e financeiramente, aquilo que adquiriram.

naquele processo seletivo: a de que a artista tinha acesso a outros tipos de recursos que não os daquele edital para realizar seu trabalho (ou seja, “*não precisava do dinheiro do edital, já que vendia obras de arte*”) e, a mais relevante para minha pesquisa, a de que aprovar aquele projeto seria colocar uma instituição pública (e seus respectivos recursos, também públicos) a serviço do mercado e seus interesses privados, já que as obras produzidas e expostas pela artista provavelmente seriam vendidas na galeria. Ou seja, o estado financiaria a fundo perdido¹⁶ obras que futuramente gerariam lucro para a galeria e para a artista. E, ainda, colocaria um selo de aprovação em obras que poderiam ser ainda mais valorizadas por terem sido pré-aprovadas por uma comissão de especialistas em arte e expostas dentro de um museu de relevância no contexto local. E essa não era, defendia a pessoa em questão, a função de uma instituição pública, que deveria preservar os interesses coletivos e seu compromisso com a arte fomentando pesquisas artísticas e artistas de qualidade que não tinham lugar no mercado – mercado esse cujos interesses econômicos e busca pelo lucro não seriam necessariamente compatíveis com o compromisso com a qualidade e diversidade artística. Após tal debate entre a comissão, o projeto da artista em questão não foi aprovado no edital.

O vazamento da situação descrita, ou a construção dessa narrativa específica e sua propagação pelas redes de falas informais (fofoca) das artes visuais, dividiu opiniões. Alguns concordavam com o argumento trazido pelo membro da comissão, mas consideravam que não era válido porque o não envolvimento da artista com o mercado não era um pré-requisito do edital e não estava dentre os critérios de avaliação divulgados nele. Outros, aparentemente em minoria, discordavam do argumento apresentado no processo de seleção, considerando-o um tanto quanto paranoico, ou mesmo defendiam algum tipo de fomento do estado ao mercado, mas questionavam a qualidade do projeto proposto e do trabalho de sua respectiva autora. Outros consideravam que o argumento do membro e a não aprovação da artista eram ambos equivocados, outros concordavam com a não aprovação da artista e com o parecer do membro. Enfim, a forma como a narrativa e sua repercussão circularam, gerando debates e diferentes tomadas de posição por parte dos atores estudados, junto a outros episódios que explicitavam a existência de uma tensão entre **instituições** ou **sistema da arte**

16 Fundo perdido é um termo econômico relativo a recursos utilizados, ou cedidos, sem expectativa de retorno ao conessor.

X **mercado de arte**, foram fundamentais para a escolha de meu atual tema de pesquisa: o mercado de arte contemporânea.¹⁷

Um mercado tido, da perspectiva de grande parte das pessoas que escutei falar sobre ele durante o mestrado, como voltado a interesses particulares e econômicos e que não priorizam necessariamente a “*boa arte*”, mas aquela que poderia gerar mais lucro aos seus agentes, ou seja, uma arte mais vendável, provavelmente de mais fácil fruição; uma arte “*mais bonita*”, baseada em modismos e não necessariamente em pesquisas artísticas; uma arte com tendências decorativas, colorida ou com cores que vendem mais facilmente (como o vermelho) ou de fácil combinação; uma arte em suportes e técnicas de mais saída, como os quadros e as pinturas, em detrimento das performances e videoarte. Para além disso, o/a artista, uma vez inserido no mercado, corria o risco de “vender-se” a ele, optando pelo lucro fácil e pela produção de obras tidas como comercializáveis e não necessariamente com qualidade artística ou, ainda, ficando acomodado em uma série de trabalhos vendáveis mesmo depois de seu “*rendimento artístico*” ter esgotado porque, afinal, precisaria de dinheiro para sobreviver. Então, caberia ao artista, uma vez inserido no mercado, lutar contra suas forças corruptoras da boa arte, o que não era tido como impossível, mas difícil. E, no que tange às “*instituições de arte sérias e ao estado*”, sendo interesses artísticos e econômicos não necessariamente coincidentes e, muitas vezes, mutuamente excludentes, caberia garantir a diversidade e a qualidade da produção artística. Como veremos no decorrer da tese, existe uma ideia de que as instituições de arte tendem a funcionar como agências reguladoras da qualidade da produção artística para o mercado, uma vez que, através do que fomentam e exibem (ou seja, daquilo que escolhem), fornecem lastros para a avaliação das obras dentro do mercado – tanto o é que, nas feiras de arte, as galerias mantêm mesas com pilhas de catálogos de exposições e coleções institucionais de seus artistas.

Mais que elucidar como se deu meu caminhar em relação à arte contemporânea e a escolha dos temas pesquisados ao longo dos últimos anos, esse passeio pelas pesquisas do mestrado e da graduação fazem parte do campo de pesquisa do doutorado, que, na prática, começou muito antes da escrita de seu projeto. Das ruas às instituições de arte, do circuito

17 Durante a escrita desta tese, Bruna Fetter me lembrou de algo que ouvi de alguns especialistas em mercado de arte: a ideia de que essa separação entre as instituições/atores do mercado de arte e as instituições/atores do circuito institucional e de interesse público (tais como museus, fundações etc.) só ocorre em contextos em que o sistema da arte seria incompletamente desenvolvido ou até mesmo tido, nas palavras de um interlocutor, como “*não saudável*.”

institucional (ou sistema) de arte contemporânea ao mercado, fui seguindo o que cada um desses circuitos se contrapunha: na rua, o outro era o sistema institucional de arte; nas instituições, o outro era o mercado. E esses outros eram sempre mais atrelados ao domínio do mercado e corruptores do artístico do que as instituições que estava estudando. Com um pouco de atenção, nota-se que as retóricas da rua em relação às instituições, e do circuito institucional¹⁸ em relação ao mercado de arte, são as mesmas. Ou seja, o problema identificado pela rua em relação às instituições de arte é semelhante ao da esfera institucional em relação ao mercado. As forças corruptoras, autocentradas e egoístas do mercado e da economia escaparam por entre meus dedos do segundo para um terceiro circuito de um mesmo território, o mercado de compra e vendas de obras de arte, me dando um novo objeto de pesquisa. Então, no doutorado, finalmente me depararia com o cerne do problema e das contradições implicadas no encontro entre os domínios da arte e do dinheiro – afinal, mercado de arte seria isso, como seu próprio nome diz, o mais claro e efetivo dos encontros entre os domínios da arte e do dinheiro, dos interesses artísticos e capitalistas, que grande parte dos agentes dos meus campos anteriores insistiam em separar. Ou não?

A etnografia que apresentarei ao longo deste trabalho sobre o mercado brasileiro de arte contemporânea tem por objeto algo construído na interseção entre os subtemas *mercado primário de arte contemporânea*, **coleccionismo** e relações entre arte e dinheiro que, como pretendo demonstrar, estão intimamente justapostos, conectados um ao outro. Essa etnografia foi construída a partir das falas que circulam em torno desse mercado e que, mais do que que expressivas, são produtivas dele. É resultado de uma pesquisa de campo junto aos atores do mercado das artes visuais, realizada de forma descontínua ao longo de cinco anos, entre 2012 e 2017, através de publicações físicas e virtuais e do “corpo a corpo” nas cidades de São Paulo, Curitiba e Rio de Janeiro, entremeados de incursões a Brasília, Ribeirão Preto, Porto Alegre e Brumadinho.

18 Boa parte dos interlocutores desta tese compreendem o circuito institucional como um sinônimo de sistema de arte. Já alguns especialistas do mercado compreendem o circuito institucional como uma das esferas do sistema, e que o mercado seria outra – portanto, o mercado não seria oposto ao sistema.

0.3 o mercado primário brasileiro de arte contemporânea: desmembrando o conceito

Não pretendo esgotar neste preâmbulo a ideia do que seria um mercado brasileiro primário de arte contemporânea, até porque cada uma das palavras que compõe essa expressão poderia render muitas páginas de discussão. E, em uma etnografia, o autor constrói seu objeto ao longo de todo o texto, o complexificando diante do leitor a cada página escrita. Mas, de partida, desejo fazer algumas elucidações sobre tal expressão. Por **mercado** primário brasileiro de arte contemporânea, compreendo o contexto no qual trabalhos de arte contemporânea em situação de mercadoria (disponíveis para troca) circulam, particularmente através de ações de compra e venda. Para Arjun Appadurai, mercadorias “são coisas com um tipo particular de potencial social”. (2008, p. 19) Não são um tipo específico de coisas, mas “coisas em determinada situação” (p. 27): destinadas à troca, à circulação. Uma situação em que a “*trocabilidade (passada, presente ou futura) [de alguma coisa] por alguma outra coisa [como dinheiro] constitui seu traço social relevante*”. (id. *ibid.* – grifos do autor) Segundo o autor, coisas podem sair ou entrar do estado de mercadoria, o que desconstrói a ideia de que o mercado de arte transforma irremediavelmente a arte em mercadoria. A arte como mercadoria seria, portanto, uma fase da vida das obras de arte. Os processos de valoração (financeira e artística)¹⁹ e de precificação²⁰ de obras de arte são os principais assuntos das publicações que giram em torno do mercado em questão – tema ao qual não pretendo dar particular atenção ao longo desta tese, mas que inevitavelmente a perpassará, uma vez que os colecionadores estão envolvidos nesse processo. Enquanto contexto, além de obras de arte em circulação, esse mercado é formado por uma série de lugares (galerias, cidades), eventos (como as feiras de arte), plataformas comunicacionais (sites, revistas, jornais), falas (formais e informais),

19 Eis aqui mais uma situação onde os domínios da arte e do dinheiro são colocados como distintos: no campo em questão, as valorações financeira e artística podem ou não ser equivalentes e, em geral, não o são. Inclusive, alguns atores do mercado, em especial especialistas nele, utilizam o termo valor para referir-se ao valor artístico, e o termo preço para referir-se ao montante financeiro pelo qual a obra é comercializada. Dois exemplos (dentre tantos possíveis) de discussões nesse sentido: o texto *Feiras e mercado de arte: um escândalo permanente*, da curadora crítica de arte Sheila Leirner em seu blog vinculado ao jornal *O Estado de São Paulo* ([14/04/2017](#)) e o livro *O valor da obra de arte*. (QUEMIN; FIALHO; MORAES, 2014) Para Arjun Appadurai, se a troca econômica cria o valor e este é concretizado nas mercadorias, ao nos concentrarmos nas coisas trocadas (e não nas formas e funções das trocas), percebemos que “o que cria vínculo entre a troca e o valor é a *política*, em seu sentido mais amplo. (APPADURAI, 2008, p. 15 – grifo do autor)

20 Termo utilizado pelos atores desta pesquisa para referirem-se ao ato de estipular os preços das obras de arte (e seus respectivos artistas).

peças físicas (galeristas, analistas de mercado, compradores de arte, artistas, críticos) e jurídicas (galerias, institutos, associações etc.).

O termo **brasileiro**, aqui atrelado ao mercado de arte contemporânea, tem duas dimensões. A primeira, olhando esse mercado “de dentro”, não se refere necessariamente a algo que acontece ou parte do território geopolítico brasileiro em toda sua extensão. Trata-se, antes disso, de uma imagem, com pretensões totalizadoras, que diz mais respeito ao mercado atrelado ao eixo Rio de Janeiro-São Paulo do que às demais cidades brasileiras. As capitais paulista e carioca, e em especial a primeira, são tidas como centros do mercado brasileiro de arte contemporânea. Em última instância, o mercado brasileiro é o que acontece nessas cidades: raramente adjetiva-se o que nelas ocorre como um mercado paulistano ou carioca, salvo quando em oposição um ao outro. O mesmo não se passa com os mercados de outras cidades e localidades que, quando não tomados como inexistentes em âmbito nacional, acabam ganhando contornos locais ou regionais (o mercado de Curitiba/em Curitiba) – que são, ao mesmo tempo, periferias do eixo Rio de Janeiro-São Paulo. A segunda dimensão do termo brasileiro é dada de uma perspectiva internacional, principalmente em relação a um mercado de arte latino-americano, categoria essa em que a arte produzida no Brasil é frequentemente classificada na [Christie's](#) e na [Sotheby's](#), as duas maiores casas leiloeiras do mundo, cujos movimentos são de grande influência no *global art market*.²¹ Mais recentemente, o adjetivo brasileiro também foi utilizado em comparação a China, parece-me que especialmente motivado pelo lançamento da edição de 2013 do [The European Fine Art Foundation](#) (*Tefaf*) *Art Market Report* (MCANDREW, 2013) com capítulos dedicados a esses dois países.²² Como será discutido um pouco mais detalhadamente nas páginas que seguem, essas categorias classificatórias, que adjetivam e escalonam as artes contemporâneas a partir de suas coordenadas geográficas, estão intimamente ligadas a uma hierarquização do mercado

21 Bruna Fetter traz em anexo a sua tese (2016) um compêndio de entrevistas em que Ana Sokoloff, uma *art adviser* que trabalhava na Christie's, e a jornalista Charlotte Burns, do [The Art Newspaper](#), utilizam o termo *não ocidentais* para referir-se a atores do mercado de arte provenientes de outros lugares que não dos EUA e da Europa.

22 A China tornou-se a principal potência emergente do mercado de arte, seja em função do crescimento de seu mercado interno, como da representatividade de seus compradores no mercado internacional. Isso aconteceu principalmente em decorrência do poder aquisitivo de seus colecionadores, que passaram a mover grandes montantes financeiros nesse mercado – em grande medida despendidos com artistas chineses. É, como veremos no decorrer deste texto, a mesma justificativa do crescimento do mercado brasileiro aos olhos internacionais, mas em maiores proporções. (MCANDREW, 2013)

de arte entre centros e localidades, a disputas de poder e de amplitude dos mercados. Tratam-se, também, de categorias relacionais e relativas, dependendo do contexto no qual são enunciadas e de quem as enuncia.

Já o termo **primário**, tal qual acionado aqui, não se refere ao setor da economia responsável pela produção ou extração de matéria-prima, como aprendemos nos bancos escolares – salvo consideremos que, como fazem algumas das pessoas pesquisadas nos campos descritos acima, o mercado extraia as obras da Arte²³ e de seu sistema e as transforme em mercadorias, as tire de circulação e as esconda dentro de suas casas e, nesse sentido, as privatize.²⁴ O mercado em questão é chamado de primário por ser o mercado da primeira venda de uma obra de arte. Nele, um trabalho sai das mãos do artista, idealmente através do galerista, e vai para as mãos de seu primeiro proprietário – desejavelmente um colecionador. O mercado secundário, em relação ao qual esse mercado primário se define/é definido, é o mercado de revenda de obras de arte: aquele em que alguém que outrora comprou uma obra a (re)vende para um terceiro. É o mercado dos leilões, de parte significativa das galerias que vendem obras de arte moderna e/ou que trabalham com artistas já falecidos.

Conforme já foi problematizado anteriormente, o termo arte contemporânea não se refere a um tipo de arte ocidental facilmente tangenciável. Toda vez que me deparo com a demanda de definir o que seria arte contemporânea, lembro de como os atores de pesquisa do meu mestrado o faziam nos editais públicos de fomento à cultura. Essas chamadas tinham por objeto proposições artísticas ou de pesquisa que utilizassem “*linguagens contemporâneas*” ou que trabalhassem com “*questões contemporâneas*”. Tais termos eram empregados sem explicitar o que, afinal, seriam essas linguagens ou questões, o que se entendia como contemporâneo – tornando a chamada incompreensível para os não familiarizados com o universo em questão. A “*máxima contemporaneidade*” e “*a mais absoluta contemporaneidade*” são exemplos de expressões utilizadas por representantes de instituições, como a Fundação Cultural de Curitiba (FCC), para versar sobre os critérios de avaliação dos projetos aprovados. (CORDOVA, 2010, p. 110 e 111) E ressalto que esses são

23 O termo “Arte” com a inicial em maiúsculo é utilizado aqui em sentido holístico, como por vezes os atores pesquisados o fazem ao se referirem a mesma.

24 Como se as rotas desejáveis das obras de arte se dessem dentro do domínio da Arte e o mercado de arte fosse um domínio à parte, que desvia obras de uma esfera pública e idealmente desinteressada para uma esfera privada e economicamente interessada. Sobre fluxo, rota e desvio, ver Appadurai (2008).

termos que se referem, como bem observou o crítico Arthur Freitas, a um tipo de arte que hoje é hegemônico dentre as artes visuais (BURIGO, CORDOVA, 2015), o que me parece particularmente relevante quando se trata do fomento estatal a ela: parte significativa dos editais, e portanto dos recursos públicos para as artes visuais, é destinada à arte contemporânea. Penso que a abertura de significado da expressão arte contemporânea está diretamente relacionada à própria natureza desta arte: ela é necessariamente negociável, debatível, um acordo contextual, produzida em relação (entre pessoas, instituições, objetos, trajetórias etc.).

Outra observação importante: é comum a ideia de que a arte contemporânea esteja diretamente relacionada a uma diluição das fronteiras técnicas e de linguagem. Uma obra de arte contemporânea não precisa ser necessariamente enquadrada como pintura, escultura, desenho, gravura ou fotografia – um mesmo objeto pode envolver diferentes técnicas. Mas essa diluição de limites não se refere apenas às artes visuais, mas às artes entre si. Em uma outra escala, as fronteiras entre o que é teatro, dança, cinema, música, literatura ou artes visuais também não fazem o mesmo sentido que dizem ter feito outrora. Essas formas expressivas são misturadas, acionadas uma dentro da outra, por vezes em um mesmo evento, como acontecia nos *happenings* e com a *performance art*. (COHEN, 2002; GLUSBERG 2003) Agora, isso não significa que haja uma indistinção entre essas áreas. De maneira geral, os artistas se reconhecem como pertencentes a esses diferentes subcampos (BOURDIEU, 2007b), formam grupos mais ou menos específicos dentro dos mesmos – que não necessariamente se relacionam com grupos de outros subcampos.

Não é incomum que as instâncias de governo, como a Fundação Nacional de Artes ([Funarte](#)), sejam subdivididas em diferentes “centros” com seus respectivos diretores: Centro de Artes Cênicas, Centro de Artes Visuais, Centro de Música. O termo arte contemporânea, em sua ampla acepção, pode referir-se às artes visuais contemporâneas, à dança contemporânea, ao teatro contemporâneo, à música contemporânea, à literatura contemporânea e por aí vai. No entanto, recorrentemente, as pessoas das artes visuais referem-se ao seu meio (e àquilo que fazem) simplesmente como arte contemporânea, o que, de maneira geral, não ocorre nas outras áreas. Certa vez, um amigo do teatro chegou a me questionar: “*por que o povo das artes visuais toma para si a arte contemporânea, como se apenas o que eles fizessem fosse arte ou fosse contemporâneo?*” (diário de de campo, janeiro de 2012) Não soube responder. E, assim como as pessoas que estudo o fazem, talvez

reproduzindo uma percepção um tanto quanto etnocêntrica de meus interlocutores, quando aciono o termo arte contemporânea, ou mercado de arte contemporânea ao longo desta tese, não estou aqui me referindo à totalidade das formas expressivas contemporâneas e seus respectivos mercados, mas ao domínio da arte visual ocidental contemporânea e seu mercado – que pode ou não ser perpassado por essas outras áreas expressivas, mas é um meio mais ou menos específico.

E, por fim, interessa destacar que o mercado brasileiro de arte contemporânea a que esta tese diz respeito está longe de ser a totalidade do mercado em questão. No centro de minhas narrativas e reflexões está um mercado *mainstream* de arte, cujos atores se referem como sendo “*o mercado de arte contemporânea*”. Trata-se de um mercado em que circulam os maiores fluxos financeiros. Um contexto onde estão “*as pessoas ricas mesmo, que efetivamente têm dinheiro para comprar arte*”, segundo me disse um professor universitário que compra periodicamente arte em leilões virtuais – mas que não se considera um colecionador. (diário de campo, janeiro de 2015) É o mercado dos artistas mais ou menos estabelecidos; o mercado das galerias que recebem algum destaque nas feiras das quais participam em solo brasileiro e que, por vezes, têm condições para circular em feiras fora do país; o mercado daqueles que recebem um outro tipo de atenção que não a de grande parte do público dos eventos de arte, porque são pessoas *vip* – *very important person/people*. Um mercado *mainstream* que é maior dentre os mercados primários de arte contemporânea em termos de poder e de visibilidade. (DELEUZE; GUATARRI, 1995)

Como a sigla *vip* denota, o mercado aqui em questão é de elite e está muito longe de ser de um contexto de circulação de produtos de subsistência. Embora dentre os clientes das galerias de arte estejam pessoas “*tão ricas que compram arte*” (para utilizar a frase de um artista a mim relatada – diário de campo, 2015), nem todos os clientes das galerias se consideram ricos, ou “*ricos de verdade*”, e dizem ter que optar por deixar de adquirir outros bens para comprar arte, dando a entender que pessoas “*ricas mesmo*” não precisariam fazer isso. Nesse caso, os exemplos de coisas que deixaram de ser compradas variaram de móveis e utilidades domésticas mais básicas até (outros) artigos de luxo – deixar de comprar um fogão novo (“*o meu velhinho precisa ser trocado faz tempo*” – diário de campo, junho de 2014), uma segunda casa (id. *ibid.*) ou preferir circular “*por São Paulo em*

uma BMW usada, com 8 anos de idade” e “não ter lancha e nem helicóptero”. ([PADILHA, 04/03/2010](#))²⁵

0.4 elites e a antropologia, a elite do mercado de arte e alguns desafios da pesquisa

0.4.1 elites: acessos e efeitos colaterais

Se pesquisar elites nas ciências sociais não é tarefa fácil (PERISSINOTO e CODATO, 2015), construir etnografias envolvendo elites econômicas também não o é. Dos atores do mercado de arte contemporânea ao de sêmen de boi, de militares a filantropos da elite paulistana – para restringir os grupos pesquisados em algumas das etnografias referenciadas ao longo desta tese –, o estudo das elites impõe ao antropólogo desafios específicos. Isso acontece especialmente quando o pesquisador é visto com desconfiança, como alguém que promoverá uma desconstrução das imagens dessas elites, ou como alguém atrelado a grupos politicamente opostos àqueles suportados por estas. Jessica Sklair Corrêa (2007), em sua dissertação sobre filantropia no Bairro Morumbi, na cidade de São Paulo, versa sobre como a familiaridade com o tema se deu graças às práticas filantrópicas da mãe e como isso foi importante no acesso ao seu campo, em especial na inserção em um dos três projetos/grupos que pesquisou.

Por um lado, eu não me identificava nem com o luxuoso estilo de vida dos integrantes do PNG [Programa Nova Geração], nem com a série de particularidades na sua convivência com a cidade²⁶. Por outro, a condição financeira da minha família na Inglaterra e certas experiências ligadas a essa condição, em relação aos recursos financeiros, à família e à filantropia, fizeram com que eu compartilhasse certas questões e preocupações com essas pessoas, e portanto eu me encaixasse no critério de participação desse

25 Assim como aconteceu em meu campo, em sua dissertação sobre práticas filantrópicas entre a elite paulistana, Jessica Sklair coloca que, na autodefinição dos atores de seu campo, a questão da riqueza é complexa e há diferentes modos de ser rico, algo que é pensado por seus atores “de maneira condicional, comparativa e altamente simbólica”. (SKLAIR, 2007, p. 14) O livro *Como estudar elites*, organizado pelos cientistas políticos Renato Perissinoto e Adriano Codato (2015), traz relatos metodológicos de pesquisas com elites em diferentes áreas das ciências sociais que mostram como a noção de elite é complexa e precisa ser revista, tensionada e reconstruída a cada grupo que se pesquisa, de elites eclesiais a empresários, de parlamentares a líderes de grupos de defesa do meio ambiente, dentre tantos outros.

26 Em um diálogo intenso com a antropóloga Teresa Caldeira e seu trabalho sobre enclaves fortificados na cidade de São Paulo (2000), Sklair discute a socialização entre si em espaços segregados do restante da cidade, bem como a preferência por não frequentar espaços públicos abertos, como característica marcante da elite por ela pesquisada.

grupo. Além disso, acredito que o fato de eu não ser brasileira, apesar de me distanciar ainda mais dos outros participantes, era considerado um diferencial que eu poderia acrescentar ao programa, especialmente em relação a certas experiências da minha mãe com filantropia e investimento social privado na Inglaterra. (SKLAIR, 2007, p. 109)

Para o pesquisador de elites que não participa diretamente dos grupos que pesquisas, ou pelo qual tais grupos não possuam nenhum interesse específico (independentemente das diferenças que guardam), como era o meu caso, o acesso ao campo (e a seus dados primários) pode ser difícil e exigir perseverança.²⁷ Ao pesquisar bois de elite e criadores de bois, também de elite, em sua tese sobre o mercado de sêmen de bois, com o qual o de arte contemporânea parece guardar mais familiaridades do que se possa imaginar à primeira vista, Natacha Simei Leal versa sobre suas dificuldades de acesso ao campo.

De algum modo, consegui me inserir no mercado de gado de elite, não sei precisar se por pura sorte ou por empenho. Pesquisar elites não é exatamente uma tarefa fácil. Se no começo da pesquisa tinha dificuldades em acessar leilões, aos poucos, fui conseguindo garantir meu lugar nas disputadas mesas desses eventos. Se fotógrafos, jornalistas e representantes comerciais ficavam receosos com a minha presença, passaram a me oferecer caronas e conversar livremente sobre o mercado de gado de elite. Mas, principalmente, foi procurando com afinco estes criadores e selecionadores, sempre atribulados com inúmeras tarefas profissionais, que pude entrevistá-los, conhecê-los e visitar suas propriedades, conseguir o bastante de sua confiança para que me pusessem a ouvi-los e me apresentassem a seus familiares, a seus currais, a seus mundos. (LEAL, 2014, p. 25)

Frequentemente acionamos na antropologia o processo de aceitação do antropólogo dentre aqueles que estuda de maneira romântica, omitindo as dificuldades por que passamos para tanto ou, de maneira heroica, versando sobre obstáculos sempre superados – não que esse seja o caso da autora supracitada. No artigo *Nosso conhecimento vale ouro: sobre o valor do trabalho de campo*, a etnóloga Edilene Coffaci de Lima problematiza a imagem de nossa aceitação entre aqueles que estudamos a partir de sua experiência de

27 No início da pesquisa de campo, pautada inclusive em algumas experiências iniciais relativas ao mesmo – como a proposta que recebi para trabalhar em uma galeria elaborando projetos com o objetivo de auxiliar artistas por ela representados a se inserirem institucionalmente (acessando museus, por exemplo) –, achei que minha inserção junto aos atores pesquisados seria relativamente fácil, dado minha experiência com a produção de projetos culturais e com pesquisas qualitativas, o interesse desse mercado em se pesquisar e, inclusive, contratar pesquisadores para fazê-lo (versarei mais tarde sobre isto).

pesquisa com os katukina. Empatia é algo que pode se esgotar ou mesmo não existir em campo. Ser aceito em campo uma vez não significa ser aceito sempre.

Como qualquer relação interpessoal, no campo também as relações são continuamente atualizadas e sujeitas a altos e baixos. Por isso, a ‘aceitação’ apoteótica de Geertz (1978) entre os balineses, no artigo sobre a briga de galos, não me parece mais suficientemente convincente e nem me lembro se o foi algum dia. (LIMA, 2013, p. 74)

Referindo-se ao ensino da antropologia, a autora atenta que “a experiência acumulada da disciplina deve servir para que não limitemos a nossa discussão a certo ‘romantismo’ que parece nos definir”. (id. *ibid.*, p. 73)

Arrisco dizer, considerando a experiência etnográfica que embasa esta tese e leituras afins, que tanto empenho como sorte fazem parte do acesso do antropólogo às elites que pretende estudar. E a persistência na pesquisa depende também do modo como o pesquisador lida com obstáculos sutis, não explícitos, e possíveis jogos e/ou esforços velados do campo para afastá-lo sem aceitarem ou recusarem sua presença, o que pode levar o pesquisador a somatizar características que são inerentes àquilo que está estudando. Trata-se de uma espécie de efeito colateral do contexto etnográfico no contexto psíquico – muito embora esses dois contextos não sejam exatamente separáveis, como bem nos mostra Jeanne Favret-Saada e sua noção de afetação. (2005)

No artigo *A etnografia como extensão da guerra por outros meios*, Piero Leirner (2009) versa sobre a complexa construção dos (não) acessos ao campo dos etnógrafos que estudam militares, a partir de sua experiência de pesquisa, de seus alunos e de outros pesquisadores. Nesse contexto, enquanto um estrangeiro que pretende adentrar em suas instituições, o pesquisador é cuidadosamente prospectado. Seu contato com o campo é, primeiramente, construído através de uma carta oficial que percorre um imbricado trajeto dentro da instituição do próprio pesquisador, “passando por instâncias como orientador, chefe, unidade, universidade” (p. 70), para depois passar por diversas seções nas instituições militares. Nesse processo de construção de (não) acessos, documentos em trânsito podem se perder; o exército pode solicitar ao pesquisadores inúmeras alterações, informações e detalhamentos relativos aos documentos protocolados; pode ser preciso reenviar os mesmos documentos a outras seções; processos podem ser engavetados em uma temporalidade inesgotável; convites “furados” serem feitos; ordens que favoreceriam a pesquisa serem passadas adiante sem nunca chegar a seus destinatários.

Cada vez que muda a cadeia de comando, os indivíduos com os quais o antropólogo negociava seus acessos mudam de postos e o etnógrafo some dentro da estrutura burocrática do exército e sua estadia em campo precisa ser reconstruída. Em um campo onde a autorização para ali estar pode sumir de um momento para outro, não raramente o etnógrafo convive com o sentimento de impotência e incompetência diante de um repetitivo retorno à estaca zero, podendo ser levado à exaustão. Mania de perseguição e paranoia de organização são dois outros exemplos mencionados por Leirner de efeitos colaterais do contexto etnográfico no contexto psíquico dos pesquisadores que estudam militares.

Penso que há, ainda, um outro ponto que torna o pesquisar elites particularmente difícil na antropologia. Muitos de nós, antropólogos, acreditamos que o contato com os outros nos torna um pouco estes outros. Mesmo que apenas em partes. E isto se dá nos jogos de aproximações e distanciamentos entre nós e os outros; na construção de uma empatia intelectual necessária ao aprendizado das lógicas dos nossos sujeitos de pesquisa; ao tentar apreender minimamente como aqueles que estudamos se relacionam, colocam coisas em relação, como teorizam e criam seus mundos através de suas conexões parciais (STRATHERN, 1991); ao buscar compreender como vivem os outros (INGOLD, 2012); ao nos colocarmos em relação com nossos interlocutores. Os objetos preferenciais de pesquisa de nossa disciplina antidisciplinar (INGOLD, 29/01/2014) são os grupos destituídos de poder por e em nossa sociedade, os pobres, os oprimidos, os historicamente silenciados (por nossa história ocidental branca, rica, masculina, heterossexual). Muito embora, aos poucos, mas cada vez mais, os outrora nativos preferenciais da antropologia ocupem e exijam seus espaços de fala dentro de nossa (anti)disciplina e na nossa sociedade,²⁸ muitos de nossos colegas não apenas são porta-vozes daqueles que estudam na antropologia, mas também frente ao Estado (a exemplo dos estudos destinados às demarcações de terra e aos processos de patrimonialização de comunidades e saberes tradicionais) e frente a nossa sociedade como um todo (como acontece com os antropólogos militantes). Aos nossos próprios olhos, esses antropólogos são urdidos pelas gentes que pesquisam, nossos interlocutores são coautores das nossas carreiras. E os antropólogos que estudam as elites brancas, ocidentais, masculinas, ricas, heterossexuais, elites opressoras, produtoras de pobreza, segregadoras, racistas, etnocêntricas (etc.), por mais que não façam parte do grupo estudado (muito embora,

28 Para dar um só grande exemplo, Davi Kopenawa e *A queda do céu*. (KOPENAWA; ALBERT, 2015)

sabemos, muitos fazem), parecem se tornar, aos olhos de ao menos parte de seus colegas, tais quais seus sujeitos de pesquisa – assim como, no perspectivismo ameríndio, ao falar com as onças, os homens se tornam um pouco onças também. (VIVEIROS DE CASTRO, 2004) Nessa lógica, em última instância, se você estuda elite, você é elite; se você estuda o opressor, você é o opressor. Mas, a maioria dos antropólogos que estuda elites não se vê dessa forma. De maneira geral, entendem seus projetos de pesquisa como projetos também políticos. A empatia que estabelecem com aqueles que estudam, não é necessariamente uma empatia política ou de afinidade pessoal, mas parte de uma transferência intelectual/analítica que pode ser usada a fim de compreender suas lógicas. É preciso compreender como o poder e o estabelecido se produz e se reproduz, para criarmos alternativas efetivas a ele. Talvez, queiramos com nossos corpos parar tanques de guerra.

Compreendo que a explicitação das dificuldades de acesso ao campo para realizar a pesquisa são relevantes porque ajudam a explicitar as relações que constituem os contextos estudados. Dedico, portanto, as próximas seções a alguns obstáculos que encontrei para pesquisar o mercado brasileiro de arte contemporânea. Adianto à leitora e ao leitor que, se no início da pesquisa, parte significativa das pessoas não queria falar comigo – e os que falavam não queriam falar de mercado –, com o passar do tempo passei a ser apresentada como “a Dayana, está fazendo uma pesquisa sobre o mercado”.²⁹ Entre esses dois momentos, fica claro que no mercado de arte em questão não se entra nem se pode permanecer sozinho. De maneira geral, as relações dependem de outras relações, só se faz relações se já se está relacionado previamente. Se isto muitas vezes parece ter diretamente a ver com diferenças de classe, nem sempre está atrelado a elas – como mostrarei no capítulo 4, o acesso pode ser difícil mesmo para pessoas pertencentes às elites.³⁰

29 Ver capítulo 4.

30 Um segundo aspecto do mercado em questão, que ajuda a entender a diferença entre meus dois momentos dentro da pesquisa, tem a ver com os efeitos pragmáticos da ideia de que falar de mercado é fazer mercado, o que vale inclusive para as falas acadêmicas (conforme discuto no capítulo 1).

0.4.2 situações de não acesso vividas em campo

No decorrer de grande parte de meu campo fui reticente e insegura nas abordagens aos interlocutores. Em geral, me aproximar deles envolvia transposições de barreiras de classe, artísticas, de língua e de poder. Essas barreiras, expressas sempre de maneira bastante sutil em campo, eram reconhecidas, porque eu as compartilhava de alguma forma com aqueles que pesquisei, seja pelo meu trânsito no mundo das artes, decorrente de experiências de pesquisa anteriores, seja por ser mulher, branca, classe média e acadêmica, dentre outras coisas. Não se tratava daquelas transposições culturais mais comuns na literatura etnográfica, nas quais o antropólogo, vindo de classes dominantes, vai estudar os desprovidos de poder, mas uma na qual alguém com pouco poder, “menor”, vai pesquisar aqueles que são tidos como poderosos – e que os reconhece enquanto tais. Não era problema para algumas das pessoas que encontrei em campo simplesmente ignorar minha presença. Eu não tinha qualquer capital simbólico (BOURDIEU, 1989) dentro daquele grupo: não tinha dinheiro para comprar arte, estava sozinha, não tinha influência no meio. Insegura, muitas vezes me vi prostrada diante das tarefas relacionadas ao campo, me sentindo incapaz, incompetente, inadequada, antecipadamente fracassada. Não tive coragem de me aproximar de muitos atores do mercado por serem considerados por seus pares como particularmente poderosos – e, portanto, particularmente importantes para a pesquisa –, em especial quando a eles precedia a fama de “maus tratos” com curiosos sobre o mercado que dele não faziam parte.

Três situações (duas delas correlacionadas) colaboraram na construção dos sentimentos descritos acima – muito embora não tenham sido meus únicos insucessos em campo. A primeira delas aconteceu ainda nas investidas iniciais da pesquisa, ao término do último debate de um ciclo de falas de uma das feiras que visitei. Naquela ocasião, me aproximei, como algumas outras pessoas o fizeram, do curador da mostra e mediador/provocador das falas. Esperei todas as pessoas ali presentes que queriam o cumprimentar ou falar com ele o fazerem para, então, me aproximar e me apresentar – meu intuito era marcar uma conversa sobre o mercado de arte em alguma outra ocasião. Depois de parabenizá-lo pelo ciclo, enquanto explicava que era “*doutoranda em antropologia, estava iniciando uma pesquisa sobre o mercado de arte sob a orientação de Piero Leirner, filho de Nelson Leirner...*”, o curador manteve seu olhar fixo no fundo da sala até o momento em que acenou para alguém. E falou: “*Me dá um minutinho, por favor. Faz tempo que não a vejo.*” Respondi: “*Claro, o tempo que precisar.*” Me sentei em uma das cadeiras destinadas ao

público do evento para aguardá-lo. Uma mulher se aproximou dele e eles conversaram por cerca de 10-15 minutos, até o momento em que começaram a andar em direção à saída da sala. Imaginei que o curador logo perceberia que tinha “me esquecido”, afinal, não havia mais ninguém na sala além de nós três, não era difícil notar mais uma presença além da deles. Mas ele continuou seu trajeto sem olhar para trás. Quando a dupla já estava bem próxima à saída da sala, me levantei e comecei a andar – “talvez, ao me movimentar, [o curador] note que me deixou para trás”, pensei. Isso não aconteceu. Então me aproximei, chamando-o pelo nome. Ele se voltou em minha direção e disse “*só um pouco*”. E continuou seguindo seu trajeto lentamente, conversando com a outra pessoa. Eles saíram pela porta e, de onde estava, pude observar que pararam a alguns metros da sala, em uma roda com mais três ou quatro pessoas. E seguiram conversando descontraidamente. Persistente, como imaginava que deveria ser para conseguir realizar minha pesquisa, mas preocupada em ser o menos inconveniente possível, saí da sala e aguardei alguns minutos no *stand* de uma revista de arte, próxima ao grupo, uma oportunidade de abordar o curador novamente. Enquanto isso, fiquei folheando uma edição da revista disponível gratuitamente para o público da feira. Mais uns dez minutos se passaram e o grupo seguia conversando animadamente. Notei um encontro rápido entre o olhar do curador e o meu e, aproveitando a oportunidade, me aproximei: “*Com licença, [nome do curador], desculpa a inconveniência, mas acho que você me esqueceu...*” Ao que ele respondeu: “*Olha, eu não tenho tempo para falar com você, estou muito ocupado*”. Deu-me às costas e, como se eu não estivesse ali, voltou a conversar descontraidamente e dar risadas com as pessoas da roda, que, com a minha aproximação, haviam suspenso momentaneamente suas falas para observar a cena que descrevi. (diário de campo, 2012) Algum tempo depois soube que, ao ser abordado por outra pesquisadora com um tema de pesquisa próximo ao meu, o curador em questão afirmou que não tinha “*interesse e nem tempo de participar desse tipo de pesquisa*”. (diário de campo, 2014)

A segunda situação que colaborou com a construção de sentimentos de insegurança em fazer campo teve início em minha primeira visita à SP-Arte enquanto doutoranda, quando ouvi de uma galerista que se quisesse pesquisar o mercado brasileiro de arte contemporânea deveria procurar a [Abact](#) (Associação Brasileira de Arte Contemporânea), em especial a socióloga que coordenava a pesquisa de mercado que a associação fazia. Foi assim que soube da existência de alguns dos atores que mais me intrigariam ao longo dos anos subsequentes: uma associação de galerias, uma socióloga que calcula o mercado de dentro de

uma associação de galerias e uma pesquisa de mercado. E que, depois entendi, estava dentro de um projeto dedicado à internacionalização do mercado brasileiro em questão, chamado *Latitude – Plataform for Brazilian art galleries abroad*. Ou seja, um centro de cálculo (LATOURE, 2013) do mercado brasileiro de arte contemporânea, organizado pelo próprio mercado. Fiquei mais que interessada em concentrar todos meus esforços de pesquisa nesses atores.

Alguns meses após a feira, aproveitando minha estadia na capital paulistana para a 28ª *Reunião Brasileira de Antropologia (RBA)*, marquei uma conversa com a socióloga, por sorte na Abact, onde também conheci a pessoa que, na época, gerenciava o projeto Latitude. Nesse momento, acreditava que a associação teria interesse na minha presença, uma vez que poderia auxiliar na pesquisa sobre o mercado, ou ainda, ajudar com alguma coisa relativa à “produção cultural” – dado que atuei durante anos na área, tinha como especialidade a produção de projetos de artes visuais e um certo domínio sobre a lei de incentivo federal para realizar tais projetos.³¹ Era o ano de 2012 e deixei claro que, se fosse do interesse da socióloga e da Abact, poderia trabalhar com eles a partir do próximo ano. Quando me perguntaram a respeito de pagamentos para tais préstimos, disse que já recebia uma bolsa de pesquisa e que isso não era uma questão. Mas qual era meu interesse de pesquisa? “*O mercado brasileiro de arte contemporânea*”, afirmei. “*Mas o quê?*”, me questionaram. “*Não tenho bem definido ainda*”, expliquei, dividida entre a intuição de como era justamente a maneira como se pensava o mercado de arte que gostaria de estudar e a sensação de que não me aceitariam ali dentro se dissesse que era a própria associação e a pesquisa setorial que estavam me interessando naquele momento enquanto “objeto” de pesquisa do doutorado. (diário de campo, julho de 2012) Trocamos alguns *e-mails* ao longo do segundo semestre de 2012 e início de 2013 em que, a princípio, mostraram-se receptivas a uma possível participação na próxima etapa da pesquisa setorial. Mas, logo meus *e-mails* passaram a não ser mais respondidos até que, em meados de 2013, recebi uma divulgação dos resultados da edição da pesquisa daquele ano. Entendi isso como uma recusa a minha presença em tal contexto.

31 Conforme afirmei em nota anterior, uma galeria já havia me contatado para trabalhar para auxiliar na inserção institucional de seus artistas elaborando projetos para os mesmos. Também fui parecerista do MinC em projetos da área submetidos à Lei Rouanet – ou seja, avaliava os projetos a ela submetidos. Declinei o convite da galeria em função das minhas obrigações acadêmicas.

No início de 2014, encontrei a socióloga na ocasião do Leilão Abact 2014/2ª edição, que acontecia com o intuito de arrecadar fundos para a associação a partir da venda de obras cedidas para as galerias. Ela perguntou de minha pesquisa, contei que pouco tinha evoluído no ano anterior. Perguntei novamente sobre a possibilidade de trabalhar junto à Abact e ela me sugeriu falar com o então presidente da associação que, como proprietário de uma “galeria jovem” (aberta recentemente), poderia vir a colaborar de alguma forma com meu trabalho se eu me dedicasse a algo de interesse da associação, como os novos colecionadores (pessoas que passaram a colecionar recentemente). Segui seu conselho e, então, vivi uma terceira situação que me deixou insegura em campo.

Fui recebida pelo referido galerista alguns dias depois de o contatar, na ocasião da abertura de exposição em sua galeria. Após aproximadamente uma hora de conversa sobre a galeria e seus clientes, perguntei se ele poderia me colocar em contato com algumas das pessoas para as quais vendia arte. Salientei que, uma vez concluído meu trabalho, a pesquisa ficaria publicamente disponível e, portanto, as informações nela produzidas poderiam ser utilizadas pelos galeristas da associação na construção de suas estratégias para desenvolver o mercado de arte (afinal, essa era a lógica expressa na apresentação das pesquisas divulgadas por ela anualmente). Destaquei, ainda, que protegeria a identidade desses clientes a fim de garantir a privacidade deles, e que não tornaria públicas suas relações comerciais ou de qualquer outra pessoa que viesse a colaborar com a pesquisa. A resposta inicial do galerista foi de que pensaria em alguns compradores para me indicar, mas que, de maneira geral, seus clientes não teriam interesse em participar da pesquisa, porque tal participação não seria vantajosa para eles. Disse, ainda, que a associação também não tinha interesse em colaborar com meu trabalho e que os associados cogitavam fazer uma pesquisa sobre compradores de arte com um grande instituto. (diário de campo, maio de 2014) Voltei para casa e elaborei um e-mail que versava sobre as potencialidades e diferenciais de uma abordagem etnográfica “no que tange ao estudo do mercado de arte em função de sua proposta radicalmente qualitativa e de sua perspectiva relacional”, afirmando que não compreendia como uma pesquisa como a minha podia não ser do interesse dos galeristas, “uma vez que versava sobre os interesses, desejos e motivações daqueles que compravam obras de arte”. (diário de campo, junho de 2014) O *e-mail* foi enviado duas vezes e o galerista nunca o respondeu. E assim fecharam-se, contextualmente, as portas para olhar a Abact e o projeto Latitude de dentro, o que não me impediu de acompanhar suas atividades públicas e de conversar com alguns de seus atores.

Além dessas, outras tantas narrativas de insucessos ocupam parte de meus cadernos de campo. Dentre essas, por exemplo, há situações em que pessoas indicadas como possíveis interlocutores indicam outros possíveis interlocutores que por sua vez indicam outros; movimentos vãos e exaustivos para encontrar galeristas e colecionadores – encontros e/ou visitas eram pré-marcados para dali a algumas semanas (quando haveria possíveis brechas nas agendas) e que, quando estavam próximos de acontecer, eram desmarcados sem serem remarcados –; encontros com colecionadores que aconteciam e eram bastante promissores, mas que não “*iam para frente.*”

Mas, meus cadernos também trazem “cruzadas” de acesso às informações em campo que foram bem-sucedidas. Digo “cruzadas” porque, por vezes, se tratavam de coisas ou situações simples, que planejava realizar rapidamente em campo, mas que se mostraram cheias de meandros e obstáculos. Por exemplo, para obter os registros de um seminário sobre colecionismo que a dirigente da instituição responsável por sua organização já havia concordado em me enviar, foram meses de ligações nas quais conversei com diferentes pessoas, alguns *e-mails* ignorados, pedidos reiterados e muita espera, até que, quase um ano depois de realizado, o registro do seminário chegou as minhas mãos. (diário de campo, 2016) Para conseguir oficialmente um relatório sobre o mercado de arte, escrito em 2010, encomendado pelo [Ministério da Cultura](#) (MinC) através da Funarte, conversei com diferentes pessoas em diversos contextos e situações, fiz várias buscas na internet e, por fim, escrevi ao MinC uma solicitação de acesso ao documento via [Portal da Transparência](#).³² Conforme me foi informado via *e-mail*, o MinC encaminhou meu pedido à Funarte, que me enviou duas respostas diferentes: a) uma dizendo que o material estava disponível para fotocópia em seu centro de documentações, que fica no Rio de Janeiro (capital) e b) outra, informava que a fundação solicitou o relatório à UFRJ, que por sua vez o solicitou a um dos autores que, segundo a própria universidade (o *e-mail* original do autor não me foi encaminhado), informou que poderia me disponibilizar uma cópia “mediante o atendimento de alguns requisitos” e que, para tanto, eu deveria entrar em contato com ele via *e-mail*. E, para não me

32 “O Portal da Transparência do Governo Federal é uma iniciativa da Controladoria-Geral da União (CGU), lançado em novembro de 2004, para assegurar a boa e correta aplicação dos recursos públicos. O objetivo é aumentar a transparência da gestão pública, permitindo que o cidadão acompanhe como o dinheiro público está sendo utilizado e ajude a fiscalizar.” (PORTAL DA TRANSPARÊNCIA, acessado em 10/02/2016) O portal possibilita ainda a solicitação de documentos e informações de acesso público.

alongar ainda mais na descrição desse imbróglio, digo que então, por fim, obtive oficialmente tal relatório. (diário de campo, 2015)

Circulam, no universo da arte, muitas narrativas sobre o acesso de artistas ao mercado da arte. E essas narrativas são tanto de sucesso como de insucesso. Nas narrativas de insucesso, quando proferidas por aqueles que participam do mercado, são enfatizadas as inadequações, incompetências e erros das pessoas que não conseguiram entrar no mercado, tanto por suas atitudes enquanto artistas, quanto pela qualidade artística de seu trabalho. Ouvi algumas vezes em campo, tanto de galeristas quanto de especialistas em mercado, que “*um trabalho ruim não se sustenta no mercado*”. Em suma, são narrativas meritocráticas. Já as narrativas de insucesso proferidas fora do contexto do mercado, muitas vezes por aqueles que tentaram o acessar em vão, justificam o não acesso não pela qualidade artística do trabalho dos artistas, mas por uma impermeabilidade inerente a esse mercado. Isso porque o mercado não elege necessariamente os bons artistas e está interessado, em primeiro lugar, nos aspectos econômicos da arte, em “*fazer dinheiro*.” Essa última narrativa me parece permeada por uma sensação de impotência diante do poder segregador do mercado de arte. Pergunto-me se não seria essa sensação de fracasso, inadequação etc. compartilhada por mim e por artistas que tentaram em vão “entrar no mercado”, uma espécie de efeito colateral do esforço de tentar acessar esse contexto específico, que não está aberto para qualquer arte, qualquer artista e nem qualquer pesquisador e tipo de pesquisa.

0.4.3 esforços para minimizar marcadores de diferença: o inglês e o vestuário no mercado de artes

Dediquei boa parte de meu tempo e recursos de pesquisa tentando deflagrar e minimizar sinais que pareciam me distinguir de quem importava no meio *mainstream* do mercado. Estudando inglês, por exemplo. Foram muitas as horas de estudo no doutorado dedicadas a essa língua. Fiz cursos extensivos e intensivos em escolas físicas, cursos *on-line*, muitas aulas particulares. E os fiz porque precisava ler textos acadêmicos publicados em inglês, como toda doutoranda em antropologia, mas, principalmente, porque precisava dessa língua para acessar parte de meu campo, mesmo pesquisando em solo brasileiro.

Nas feiras internacionais de arte contemporânea e em seus eventos, o inglês transformava-se, em diferentes situações, na língua preferencial. Um colega antropólogo inglês ficou particularmente impressionado como a língua é comumente falada nos contextos

relativos ao mercado de arte, o que não ocorre em outros âmbitos do que os atores desta pesquisa chamam de sistema da arte visual. Em algumas palestras que acompanhei em campo proferidas em inglês não havia a menor preocupação na acessibilidade ao público que não dominava a língua – em tantas outras, havia o serviço de tradução simultânea disponível. Pelo meu parco conhecimento da língua, a experienciei como um elemento distintivo de classes sociais (e artísticas). Em um contexto em que a circulação por feiras e diferentes polos produtores de arte e seu mercado é extremamente valorizada e necessária, para além da mera capacidade de comunicação, a qualidade do inglês falado pelos atores, sua fluência, seus sotaques, parecem funcionar como indícios do quanto uma pessoa viaja ou não pelo mundo afora percorrendo os circuitos internacionais da arte, o quão conectada é a esses circuitos.³³ Evidencia, ainda, que essas pessoas fazem parte de uma determinada elite cultural econômica (observando o fato de que a fluência em inglês, como em tantas outras línguas estrangeiras, é bem mais comum entre as altas camadas econômicas). Não saber inglês é, em muitos eventos do mercado e rodas de conversa, ser excluído.

Isso ficou particularmente claro após intermediar uma situação em que uma expositora japonesa tentava insistentemente se comunicar em inglês com uma senhora que, vestida com um uniforme cinza, varria o chão e não conseguia entender o que a mulher falava. Isso me fez atentar ao fato que nem todos em uma feira de arte falam ou compreendem o inglês. As equipes de limpeza e segurança de feiras como a SP-Arte e a ArtRio, ou mesmo boa parte das pessoas que serviam alimentos e da equipe de montagem (assim como a maior parte de seu grande público), não pertenciam a essa elite anglófona. Nesse sentido, não pareciam fazer parte do mercado de arte, “apenas” o servir. Eram pessoas não artísticas, que não entendiam e não produziam arte contemporânea – e se o faziam, não “importavam” nesse contexto.³⁴ Notei ainda que, ao contrário de produtores, jornalistas, galeristas e demais expositores, ao menos em algumas edições das feiras que frequentei e que me atentei a observar isso, esses trabalhadores não eram identificados com crachás com seus nomes e funções, como era a equipe de produção e comunicação da feira e seus expositores. Tive a impressão de que, naquele contexto, eram pessoas quaisquer, que não precisavam ser

33 Acompanhando páginas pessoais de atores atrelados ao mercado (no *Facebook* ou no *Instagram*, por exemplo), sejam eles proprietários de galerias, especialistas no mercado ou colecionadores, é comum ver imagens e postagens relativas as suas viagens, seja para ir a feiras de arte ou demais eventos atrelados ao mercado, seja visitando museus etc.

34 Isso não significa, no entanto, que todos os artistas, por exemplo, falem inglês.

nomeadas, ao contrário dos galeristas, dos organizadores do evento, dos jornalistas. Eram genericamente identificados enquanto tais através de uniformes: equipe de limpeza vestida de cinza, seguranças vestidos com ternos pretos. Em um contexto em que se dá muita atenção ao vestuário, no qual o que se veste é uma forma de comunicação, de expressar poder, em que roupas marcam diferenças e são símbolos de distinção, uniformizar parece uma forma de “informar” que aquelas pessoas estavam servindo naquele momento o mercado sem, no entanto, fazer parte dele.³⁵

Não existe um modo particular de se vestir que unifique os atores do contexto pesquisado. “*Isso aqui parece um desfile de moda*”, disse uma amiga, artista curitibana, na ocasião da abertura de exposição em uma das grandes galerias paulistanas. Não duvido que ela teria a mesma impressão em uma feira de arte. Roupas e acessórios parecem cuidadosamente escolhidos pelos atores do mercado, especialmente em aberturas de eventos. “Estar bem vestido”, utilizar roupas de tecidos finos, com bom caimento e acabamento (mesmo que básicas); roupas feitas sob medida ou confeccionadas por marcas inacessíveis a grande parte dos brasileiros, muitas vezes grifes europeias ou americanas; acessórios vindos do mercado de luxo (mas que, preferencialmente, guardem certa discricção); roupas assinadas por estilistas, e muitas vezes personalizadas ou customizadas,³⁶ importam no contexto pesquisado.

Ouvi falar algumas vezes em campo que a forma como as pessoas que trabalham em uma galeria se apresentam, o que elas vestem, funciona como uma espécie de cartão de visitas da galeria, em especial se essas pessoas são as *gallery girls*, ou galerinas. “In a world in which art, fashion, celebrity and money commingle, gallerinas know that their looks — or, at least, their look — can make a difference”, afirma uma matéria publicada no *The New York Times*, em 2008, intitulada *Gatekeepers to the Art World* que, segundo o galerista que a indicou, causou muito burburinho no mercado na época em que foi publicada.

35 Algo que me chamou a atenção, particularmente no Rio de Janeiro, foram os casais que visitavam as feiras, acompanhados de seus filhos pequenos e suas respectivas babás. Muitas babás usavam uniformes brancos que não deixavam dúvidas de que estavam ali trabalhando para aquelas famílias. Ou seja: não estavam ali fazendo parte do mercado de arte, estavam ali servindo pessoas que poderiam fazer parte deste mercado.

36 Parece haver uma proximidade entre o universo da arte e o da moda e da alta-costura e, imagino, parte do público do primeiro é também comum ao segundo – embora o mundo da moda seja mais amplo do que o das artes visuais contemporâneas, ao menos em termos numéricos de público e de consumo.

“‘Everyone wants a look,’ observed Ms. Pasquarella, the art consultant. ‘They want someone who dresses a certain way: Armani, hippie-dippie, freak. It’s about building the gallery as a brand. And it’s divorced from the art on view.’” ([HOFFMAN, 30/03/2008](#)) Outra matéria que colocou o assunto em pauta, dessa vez no contexto brasileiro, foi publicada pela *Folha de São Paulo*, em 2014. Embora tenha ouvido que se tratava de um texto “desastroso”, “fantasioso”, “machista” etc., [Bonitas e bem relacionadas, ‘galerinas’ viram arma das galerias de arte](#) colocou sob perspectiva não apenas o lugar dado aos modos de se vestir no mercado de arte, como versou sobre o fato de que parte dos e das galeristas prefere dar postos de trabalho a jovens mulheres, nos termos da matéria, bem-nascidas, bem relacionadas, bem vestidas, bem-educadas, políglotas, bonitas, entendedoras de arte e “de boa aparência”, como ressalta um dos comentadores do texto. (MARTÍ, 06/04/2014) Embora essas características se estendam também aos homens que trabalham no mercado,³⁷ nessa matéria são citadas falas de jovens mulheres que trabalham em galerias sobre o vestir-se para o trabalho: “Gosto de usar uma roupa mais delicada com obras delicadas ou algo mais agressivo quando o trabalho é mais pesado.’ [...] ‘Gosto de usar salto alto para ficar olho no olho com os colecionadores’ [...] ‘Sacrifício o meu pé, mas é tudo pela imagem da galeria’³⁸ [...] ‘Tudo é estética, é visual, é ótico.’” (id. *ibid.*)

Apesar dos desconfortos que matérias como essas possam gerar no meio da arte, e sem a menor intenção de defender o ponto de vista dos jornalistas autores das mesmas, os textos citados explicitam características de ao menos alguns atores do mercado que são reconhecidas por muitos de seus pares que, em conversas informais, não raramente as apontam – até mesmo porque “há colecionadores que preferem comprar com mulheres”, me afirmou certa vez o galerista Paulo Nóbrega,³⁹ um dos principais interlocutores de minha pesquisa e do qual virei amiga. (diário de campo, maio de 2014) Deparei-me em campo com a

37 Mas, fala-se de uma preferência genérica de contratação de mulheres pelas galerias de arte e do uso da capacidade de sedução dessas mulheres no processo de venda de obras de arte para colecionadores que são, em geral e no escopo de minha pesquisa, homens. Um trabalho especialmente crítico a isso é o curta *The Gallerine*, de Aaron Rose (2012). Mais sobre o assunto pode ser lido na série de matérias intitulada *Mysteries of the ‘Gallery Girl’*, de Caroline Elbaor, publicada em [28/09/2016](#), [05/10/2016](#) e [19/10/2016](#) no site dedicado a compra, venda e produção de conteúdos *Artnet* – site que é um exemplo, aliás, de como o negócio arte contemporânea está conectado à produção de retóricas e conteúdo reflexivo sobre a mesma.

38 Dominique Levy, considerada uma das mais importantes comerciantes de arte do mundo, fez o seguinte comentário em uma matéria do *The New York Times* sobre como se prepara para participar de uma feira em Basel: “I can’t sell art in flat shoes.” ([POGREBIN, 08/06/2016](#))

39 Nome ficcional.

afirmação de que fez parte do processo de seleção de uma galeria curitibana a avaliação do conhecimento que a pessoa contratada teria de moda. Era um pré-requisito entender e reconhecer certas marcas, índices de que as pessoas que as portavam tinham condições financeiras de comprar arte (diário de campo, agosto de 2017) Paulo me contou que uma pessoa que trabalhava com ele era capaz de saber se alguém que entrava em sua galeria tinha dinheiro para comprar arte pelo sapato, por mais discreto que fosse. (diário de campo, maio de 2014) E, não raras vezes, ouvi em campo comentários avaliativos e valorativos sobre as roupas utilizadas pelos atores do mercado, o que denota a atenção dada ao vestuário por parte dos mesmos: “‘X’ precisa vestir-se melhor” (diário de campo, junho de 2014); “a galerista ‘y’ manda fazer as roupas das pessoas que trabalham em sua galeria com determinado estilista” (diário de campo, abril de 2015); “[tal pessoa] é muito elegante”.

Embora reconheça a importância da vestimenta no mercado de arte e nos modos de distinção das elites econômicas, não me sinto capaz de descrever minuciosamente como essas pessoas se vestem, quais são os códigos partilhados pelos meus interlocutores por meio desse vestuário e como o fazem, uma vez que não compartilho tais códigos e não me debrucei particularmente sobre eles em campo. Uma exceção a isso talvez sejam os ternos, ou apenas paletós com caimento perfeito, muitos deles feitos sob medida e por alfaiates de renome que alguns dos galeristas e *marchands*⁴⁰ homens vestem – o que só pude perceber graças a uma experiência de pesquisa anterior com alfaiates em Curitiba.⁴¹ Mas talvez um

40 O termo *marchand*, no mercado de arte pesquisado, parece ser mais utilizado para se referir genericamente a ideia do comerciante de arte, em especial aquele do mercado secundário. Ele é, no entanto, acionado em diferentes momentos para referir-se genericamente a todos os vendedores de arte (sejam eles do mercado primário ou do mercado secundário, sejam eles proprietários de galerias ou pessoas que nelas trabalham vendendo obras de arte); alguns atores defendem que “a ideia de que *marchand* está mais associada à de comerciante. Ele não está a serviço do artista, mas exatamente do colecionador, articulando as obras que lhe faltam ou oferecendo aquilo que possa lhe interessar”. (FINGUERUT; FANTINATO; FRARE, 2016, p. 93 e 94) Veremos, ao longo desta tese, que o galerista assume também esse papel atribuído pelos autores ao *marchand*. “O galerista, por outro lado, se coloca como arauto defensor do artista. Funciona como uma espécie de agente, oferecendo-lhe, muitas vezes, meios de trabalho, o que vir, inclusive, na forma de salário (posteriormente debitado da venda de alguma obra, é verdade). A galeria toma para si a função de construir e fortalecer o nome do artista no mercado.” (id. *ibid.*, p. 94) Esse papel idealizado do galerista foi mais detalhadamente discutido no terceiro capítulo desta tese. A exemplo dos próprios atores pesquisados, o termo *marchand* será utilizado com certa liberdade ao longo de minha narrativa, em especial nos momentos em que se deseje enfatizar a prática da venda de arte por parte dos galeristas (ou outros atores do mercado).

41 Pesquisas essas publicizadas no livro *Alfaiatarias em Curitiba* (SANTOS *et.al.*, 2009) e no longa-metragem *O corte do alfaiate*. (MACHADO; SANTOS; CORDOVA, 2011)

rápido perfil de uma das *marchandes* que conheci em campo possa ajudar a criar uma imagem parcial das pessoas que trabalham nas galerias, como trazer informações sobre suas vestimentas.

Conheci Olivia Tabet quando ela trabalhava na extinta galeria paulista Logo, que fechou em 2015. O resultado de uma busca na *internet* com o nome de Olivia destaca um pequeno perfil publicado em uma página dedicada à moda. Nele, Olivia é apresentada como galerina, versa-se sobre sua filiação (sua mãe é a arquiteta Cândida Tabet) e, em seguida, é citada uma fala sua sobre seu estilo, que “depende do artista com o qual esteja lidando no momento. ‘Estou trabalhando com a obra do pintor taiwanês [Lin Yi Hsuan](#) ultimamente. Seu universo é lúdico e minhas roupas também têm ido por esse caminho.’” ([HARPERSBAZAAR](#), acessado em 27/09/2015) Em seguida, detalha:

Olivia faz o tipo *ladylike*, com vestidos soltos, cintura marcada e sapatos baixos. Entre as marcas favoritas estão a sempre *artsy*⁴² Maria Bonita e a [Bottega Veneta](#), mas os queridinhos do *closet* são os modelos que ela mesma inventa. Olivia compra os tecidos, cria e costura, da mesma forma com que corta seu próprio cabelo e fabrica suas *clutches*. Para montá-las, usa convites de cartolina como base para os tecidos – os da [Gagosian Gallery](#), com um tipo de papel mais grosso, são seus preferidos. (HARPERSBAZAAR, último acesso em 27/09/2015)

Abaixo da foto que ilustra o perfil da *marchande* há referências sobre as roupas que veste: “Olivia usa tricô, R\$878, Kate Spade; saia, R\$484, Cristine Ban; e sapatos, R\$500, Reinaldo Lourenço”. Não se tratam das marcas mais conhecidas pelo público leigo relacionadas ao vestuário de luxo, como [Dior](#) ou [Armani](#), mas de marcas que, imagino, trabalhando em uma menor escala, são mais restritas, marcando claramente distinções e produzindo reconhecimentos mútuos entre seus consumidores. Na mesma página desse perfil, em uma matéria sobre “os clássicos mocassins [Tod’s](#)”, Olivia aparece, entre outras mulheres, com alguns de seus mocassins: tem mais de 10 comprados ao longo da vida ([JUSTUM](#), último acesso em 05/07/2017) – um sapato desses custa, hoje, entre R\$2.000,00 e R\$3.000,00.

42 *Artsy* é um termo informal por vezes utilizado, em especial em algumas matérias relativas a “comportamento” e colunas sociais, para adjetivar aqueles ou aquilo que têm, ao menos pretensamente, algum vínculo com arte, interesse em arte, está relacionado à arte: “olhar *artsy*”, “mundo *artsy*”, “viagem *artsy*”, “*tour artsy*” são alguns exemplos do seu uso. Acessei recorrentemente o termo nas colunas do [Glamurama](#), “grupo de comunicação dedicado a produtos editoriais exclusivos, projetos especiais de cross-media e área de eventos”, ([GRUPO GLAMURAMA](#), último acesso em 14/02/2018), em especial em suas coberturas de aberturas de exposição que acompanhei no período de campo em São Paulo.

As informações sobre Olivia na *internet* não se restringem ao que ela veste. Outros *sites* versam sobre os tempos em que atuava com cantora “na cena *underground* paulistana”, referem-se a suas viagens, sua formação em artes visuais e especialização em mercado de bens de luxo e sua moradia. A matéria sobre sua moradia destaca, além de sua coleção de sapatos, que Olivia convive com móveis de *designers* famosos e inúmeras obras de arte. (NENO, *sem data*) Isso está, também, intimamente relacionado com algo que ouvi de um galerista: essas pessoas “bem-nascidas”, filhas de uma elite (muitas vezes já consumidoras de arte), vendem arte àqueles que pertencem a um mesmo meio social que elas, muitas vezes a pessoas que já conheciam antes de trabalhar nesse mercado. Isso transmite confiabilidade, “*diminui as chances de a pessoa parecer uma oportunista que deseja vender qualquer arte a qualquer custo aos colecionadores*”, comentou meu amigo Paulo a respeito. (diário de campo, abril de 2013) Se pesquisarmos a história de algumas jovens que trabalham como *advisers* para compradores de arte, prestando consultoria sobre suas compras (profissão que cresceu no país junto com o mercado brasileiro – crescimento sobre o qual falarei em breve), várias delas compartilham desse mesmo perfil social.

Meus primeiros diários de campo são recheados de narrativas sobre sentimentos de inadequação que passavam pelas roupas e acessórios com os quais me apresentava no contexto que estava pesquisando. As roupas que usava cotidianamente para ir à universidade, para sair com amigos, roupas das quais gostava e me sentia bem usando, agora pareciam puídas, velhas, inadequadas. “*Você se veste como gente do back stage do mercado, assim você não vai conseguir falar com colecionadores*”, me disse certa vez, em tom de brincadeira, meu amigo Paulo. (id. *ibid.*) No decorrer do campo, adquiri algumas roupas novas que passei a utilizar como “uniforme de pesquisa” e que me deixaram bem mais confortável no contexto em questão, mesmo sendo financeiramente mais acessíveis do que as roupas de grande parte das pessoas que trabalham no mercado de arte. Privilegiei para tais “uniforme” roupas sem marca ou de marcas financeiramente acessíveis, feitas em pequenas confecções e com aparência de feitas à mão – características as quais eu tinha a sensação de as tornarem menos deflagráveis, ou de leitura “menos fácil”, para os atores do mercado. Duvido um pouco da real eficácia dessas escolhas no que tange à percepção dessas roupas por parte dos atores do campo – muito embora Paulo tenha me dito, em outra ocasião, que eu já parecia alguém do mundo da arte, “*uma galerina da japonesa Kaikai Kiki Gallery*” pela roupa “*meio burlesca*” (o que deflagrou um certo exagero no vestido que usava naquela ocasião, talvez não

muito adequado para uma pesquisadora). Dois exemplos de pesquisas brasileiras contemporâneas que mencionam rapidamente a agência da vestimenta nos contextos estudados é a etnografia de Andressa Lewandowski sobre o Supremo Tribunal Federal (2014) e a de Taniele Rui sobre o uso e o comércio de crack. (2012)

Ao descrever as regras que devem ser seguidas por aqueles que pretendem assistir um julgamento no Supremo Tribunal Federal (STF), Lewandowski menciona o uso do “traje obrigatório – terno e gravata para os homens, e vestidos com mangas, *tailleurs* ou ternos (calça e *blazer* de manga comprida para as mulheres)”. (2014, p. 158) A autora conta que presenciou diversas pessoas serem proibidas de acessar o prédio do STF por estarem vestidas de forma inadequada e narra um episódio em que ela mesma quase foi impedida de acessar o prédio. Na ocasião, um segurança interrompeu o trajeto dela justificando que o tecido de seu *blazer* não estava “de acordo com as normas do Tribunal”. Lewandowski protestou afirmando que já havia assistido uma sessão com ele sem problemas. O segurança chama, então, o chefe do cerimonial, que autorizou a entrada da antropóloga, frisando que ela “sempre usava esse mesmo *blazer*” – o que deixou claro, para a autora, “que era o momento de investir em um novo traje”. (id. *ibid.*, p. 158, 159) A cena mostra que às vezes é necessário que o antropólogo se vista da mesma forma que os atores de seu campo para conseguir acessá-lo. Expressa, ainda, que esse modo de se vestir demanda que o pesquisador seja minimamente versado em seus códigos: não bastava Lewandowski usar um *blazer*, era preciso que o tecido dele fosse adequado (o que não é lido por qualquer um, assim como as marcas das roupas em meu campo também não o são) e desejável que, uma vez que se tornou uma frequentadora daquele lugar, ela tivesse um certo repertório de roupas condizentes com o local e não apenas “um uniforme” para acessá-lo.⁴³

Taniele Rui, por outro lado, versa sobre, uma vez que a alteridade em seu campo com usuários de crack era “em boa parte, dada pela sujeira” (2012, p. 266), como havia uma certa reserva relacionada ao fato de ela “estar limpa”, expressa de maneira sutil pelos atores centrais de sua pesquisa. Isso aparecia “no silêncio rápido, mas constrangedor, no desviar de olhos, num certo embaraço”, em pequenas hesitações de contato. Para afrontar

43 Uma situação que experienciei nesse sentido: uma artista que encontro frequentemente desde a pesquisa do mestrado afirmou ironicamente, algum tempo depois de eu ter iniciado o campo do doutorado: “*Essa pesquisa está te fazendo bem, você está se vestindo bem melhor.*” (diário de campo, 2015)

menos seus interlocutores, “um tanto quanto inconscientemente”, a autora começou “a ir a campo com roupas desgastadas, tênis velhos [...] a não lavar os cabelos nos dias de pesquisa, não soltá-los, não utilizar adereços (como brincos ou colares) e não passar perfume”. (id. *ibid.*) Duas coisas chamam minha atenção no relato de Rui: a sutileza de como era expressa sua inadequação naquele contexto (ou a inadequação daquele contexto para a sociedade)⁴⁴ e o binômio limpeza/sujeira como formas de distinção entre classes sociais. É claro que a experiência de segregação e exclusão das pessoas em situação de rua e seus marcadores de diferença através de coisas e características que nossa sociedade atrela à sujeira é radical e incomparável com quase qualquer outra experiência nesse sentido. Mas ela chama a atenção para como, guardadas as devidas proporções e escalas, a limpeza e a assepsia dos corpos, que está relacionada ao cuidado com a aparência, as roupas (ao menos aparentemente) novas e em bom estado e cuidadosamente escolhidas marcam diferenças entre classes sociais. Durante minha pesquisa de campo, olhares e gestos sutis (como retirar bolinhas e fiapos de minhas roupas) expressavam, a mim, as inadequações ou aprovações contextuais de minhas roupas e minha construção corporal para ali estar. Cabelos “bem cortados”, penteados impecáveis, unhas bem-feitas, peles lisinhas (sem manchas ou marcas de qualquer espécie) e maquiagens irretocáveis das mulheres que trabalhavam para/nas galerias, contrastavam com minha displicência com tais cuidados e o corpo suado de quem percorreu trajetos em condução pública e a pé para chegar aos locais onde as feiras aconteciam ou aonde as galerias estavam.

No início da pesquisa, entendi que o inglês não fluente e meu vestuário eram marcadores sociais em partes transponíveis no decorrer da pesquisa de campo. Mas, não os transpus. Isso porque, construídos ao longo de anos de interesses e experiências, esses saberes têm a ver também com poder aquisitivo e um modo de viver (um *habitus*, em termos bourdieusianos) que não me pertencem, estão diretamente relacionados a uma classe econômica da qual não faço parte. Mas eles não foram os únicos marcadores (ou índices de marcadores, como condições financeiras e classe social) que me tornavam, a princípio, de pouco interesse às pessoas ligadas ao mercado de arte. Não tive um apadrinhamento (ou não fui “adotada”) por nenhum ator relevante no meio, não tinha nenhum capital simbólico artístico, não tinha nenhuma *expertise* que me permitisse participar do mercado. Essas condições também fizeram, portanto, parte de meus não acessos a espaços e pessoas-chaves

44 A sociedade é termo oposto e complementar à rua para pessoas em situação de rua, conforme mostra Tomás Melo na dissertação *A rua e a sociedade* (2011).

que foram definitivos para o rumo que esta pesquisa tomou e para o que pude experienciar em relação a ela – sem serem, no entanto, impeditivos para sua realização. E, como coloquei algumas páginas atrás, versa sobre um mercado de elite em que ser elite pode não bastar ou não ser a única chave de acesso a ele, pois é um mercado em que não se entra e nem se permanece sozinho.

0.4.4 partilhando dificuldades de pesquisa com outros pesquisadores e circunscrevendo o “objeto” da etnografia

Adriano Célio Gomide é autor da tese *Colecionismo de arte moderna e contemporânea no Brasil: um estudo* (2014), que cito diversas vezes ao longo deste trabalho e sobre a qual falarei logo mais. Nascido em 1963, ele é artista e diretor da escola de artes da Universidade Estadual de Minas Gerais. Sua pesquisa concentrou-se, a princípio, em colecionadores de Belo Horizonte e região metropolitana, porque naquele contexto “havia um elemento facilitador da pesquisa” (p. 221): ele e sua orientadora “pertenciam e atuavam a partir do sistema local”. Mesmo sendo artista e tendo uma trajetória relativamente longa de atuação, o autor narra ter tido dificuldade em relação ao acesso a alguns colecionadores, e que parte de suas tentativas foram frustradas. Segundo ele, o colecionismo “é uma atividade eminentemente privada e muitos deles preferem que continue assim”. (id. *ibid.*, p. 222)

Lembro, ainda, o dia em que, em uma sessão de autógrafos do livro *O que é um artista?* (2015), conversei rapidamente com Sarah Thornton a respeito das dificuldades de se pesquisar o mercado de arte. Perguntei se era possível pesquisar o mercado sem ter algum tipo de apadrinhamento. “É difícil, é muito fechado. Você tem quem te ajude a acessar as pessoas?” Minha resposta foi “não”. (diário de campo, abril de 2015)

Ao longo dessa pesquisa, me deparei com outros jovens pesquisadores na casa dos trinta anos que, em diferentes programas de pós-graduação, em diferentes áreas, se debruçavam com maior ou menor foco sobre o mercado primário de arte contemporânea. Todos, de certa forma, em termos de mercado de arte, como mais ou menos paisanos – para utilizar o “termo e categoria pejorativos com que os militares definem os civis” ([LEIRNER, P., 2009](#), p. 75), aqueles que estão fora do exército – e não exatamente como pesquisadores aceitos pelo mercado, ou pesquisando de dentro dele, como era o caso da socióloga Ana Letícia Fialho com a pesquisa relativa ao projeto *Latitude*. Dentre esses pesquisadores paisanos, destaco aqueles que foram meus principais interlocutores durante o período de

campo: Leonardo Bertolossi, que fez sua tese na antropologia no PPGAS/USP sobre a arte contemporânea brasileira dos anos 1980 e 1990; Daniela Stocco, que pesquisou o circuito de galerias pelo PPGSA/UFRJ; Bruna Fetter, doutoranda em História, Teoria e Crítica pelo PPGAV/UFRGS, pesquisando feiras de arte.

Todos nós (Leonardo, Daniela, Bruna e eu) tínhamos diferentes conhecimentos e experiências provenientes de nossas áreas/disciplinas específicas, diferentes interesses no tema mercado brasileiro de arte contemporânea e diferentes estratégias de abordagem ao campo. Mas compartilhamos histórias de não acesso ao campo mais ou menos semelhantes: entrevistas e encontros marcados e remarcados que nunca aconteceram; declarações explícitas de desinteresse em relação as nossas pesquisas; portas que não conseguimos abrir e, de repente, abriram-se quando acompanhados de determinadas pessoas que parecem “interessantes para o mercado” (como, por exemplo, colecionadores ou jornalistas estrangeiros). Lidamos ainda com segredos e fofocas como componentes importantes de nossas informações primárias. Como afirma Sarah Thornton em *Sete dias no mundo da arte* (2010), depois de narrar em seu livro como um galerista, durante a montagem de uma feira, se sentou e apontou para uma cadeira vazia a convidando também a se sentar após ela dizer que ouviu falar que um de seus artistas iria expor em uma grande galeria em Nova York; “no mundo da arte, fofoca nunca é ingênuo. É uma forma fundamental de informação”. (p. 94) Diante de campos que se esfacelaram no decorrer de nossas caminhadas (em alguns casos, repetidamente), a maioria de nós fez (e refez) desvios significativos de objeto a fim de tornar as pesquisas possíveis. Construimos narrativas a partir de pequenos fragmentos de um universo no qual não conseguimos adentrar, mas que, por sorte, tem sua faceta pública – a pontinha de um *iceberg* sobre o qual especulamos a partir de pistas conquistadas ao longo de nossas pesquisas. Não raramente, alguns de nós, talvez aqueles mais somatizadores, voltamos doentes para casa depois de uma dezena de dias intensos em campo.

Pensar minhas vivências a partir de conversas com esses pesquisadores fez com que meus não acessos a campo não fossem mais casos isolados, mas experiências partilhadas. Todos aprendemos, com o desenrolar de nossas pesquisas, que acionar o termo mercado para estudar o mercado de arte limitava (ainda mais) o já difícil acesso ao campo. Aprendemos que misturar a ideia de galeria com a de “loja” ou “comércio” pode criar mal-estares e fechar portas definitivamente; que acessar uma galeria dizendo que estuda mercado de arte pode dar (e dá) a entender que o pesquisador quer acessar o “caixa” e os fluxos

financeiros das galerias – o que provavelmente levará a uma resistência significativa na conversa com os galeristas –; que alguns curadores e colecionadores se mostram reticentes em falar sobre mercado com frases como “*não sei nada sobre mercado*”, ou “*não falo sobre mercado*” (etc.), mesmo quando são compradores de obras de arte ou mediadores dessas compras; que se propor a estudar o mercado em certas áreas de pesquisa dedicadas ao estudo das artes visuais pode ser tratado pelos pares como um esforço intelectual menor e exigir uma constante defesa de seu objeto de reflexão como algo válido.

Um *adviser* com quem conversei algumas vezes no decorrer dos primeiros meses de pesquisa de campo perguntou, certo dia, a quantas andava meu trabalho e se já havia definido o que pretendia estudar. Na ocasião, recém tinha terminado a última versão do projeto que deu origem a esta tese (*Especular arte: uma etnografia do mercado brasileiro de arte contemporânea*) e, então, não apenas acionei o termo mercado para respondê-lo, como, também, o termo especulação. Após fazer uma expressão completamente reticente e ficar alguns poucos segundos – daqueles que duram uma eternidade – em silêncio, ele disse: “*Como você vai estudar isso? Ninguém vai falar sobre isso com você!*” Observei que entendia o termo especulação em sua acepção mais ampla, não apenas no sentido de produção de dinheiro através da arte, mas de reflexão, de projeção do mercado etc. “*Não interessa a maneira como você está acionando o termo, mas como ele é utilizado [por nós].*” (diário de campo, abril de 2013)

Uma segunda situação sobre o mesmo problema: apresentei esse projeto a um galerista que estava interessado em minha pesquisa, a pedido do mesmo. Ao ler o resumo, disse: “*Você não pode estudar isso que está dizendo que vai estudar*”. E argumentou, segundo me recordo, que eles (os galeristas e demais pessoas que vendem obras de arte contemporânea) trabalham para que as pessoas acreditem que as coisas são da maneira que dizem que são, que um determinado trabalho efetivamente vale o montante pelo qual está à venda, que ele é bom e que tem determinada importância. E que eu, com meu projeto, não poderia simplesmente desconstruir o trabalho dos galeristas, que dificilmente alguém iria querer contribuir com a pesquisa. (diário de campo, setembro de 2012)

Declarar interesse no **sistema** e/ou no(s) **circuito(s)** de arte, ou simplesmente na arte contemporânea brasileira, foram algumas das saídas adotadas por meus colegas pesquisadores diante das resistências de seus interlocutores frente ao termo mercado. Substituir o termo mercado por “circuitos de galerias”, “circuitos de feiras” ou simplesmente

“circuito de arte” permitiu que esses pesquisadores olhassem para o que seus sujeitos de pesquisa chamam de mercado brasileiro de arte contemporânea. Ou seja, seus interesses não foram alterados, apenas a forma de referir-se a eles.

Cerca de um ano e meio depois desse episódio em que o galerista me disse que não poderia estudar o mercado com a perspectiva sugerida em meu projeto, aconteceu o encontro com Ana Letícia Fialho no Leilão Abact 2014 – aquele a que me referi algumas páginas atrás, no qual me foi sugerido estudar jovens colecionadores, as peças-chaves do crescimento do mercado brasileiro de arte contemporânea tão faladas naquele momento. A essa altura da pesquisa, mais de dois anos após ter entrado no doutorado, frente às portas que foram fechadas ou que me pareciam excessivamente resistentes (como a Abact), olhar para os colecionadores, pessoas pelas quais os galeristas batalham para se aproximar e protegem enquanto clientes mantendo-os, na medida do possível – e para alguns – em segredo, poderia ser uma boa ideia. Isso porque demonstraria interesse por atores centrais do mercado e, eu supunha, despertaria o interesse de outros atores por mim, uma vez que poderia ser vista como uma possível fonte de informações privilegiadas e, assim, viabilizar minha pesquisa. O mercado de artes visuais é, segundo as jornalistas Danièle Granet e Catherine Lamour, o único “onde o delito por uso de informação privilegiada não existe” (2014, p. 15) e essa prática é até indicada, sendo relativamente comum. E, segundo o *marchand* Jonas Bergamin, “*se o mercado fosse transparente, não teria um décimo do charme que tem. O charme do mercado é justamente essa variante, a coisa que envolve, uma coisa não é igual à outra*”. (Jonas Bergamin in [ASSIS, L. S., 07/05/2015](#)) O jornal *Valor* publicou uma matéria traduzida do *Financial Times* que afirma que sequer faz sentido falar em informação privilegiada dentro do mercado de arte:

em todo o segmento, não há transparência, quase não há regulamentação e impera cultura de sigilo quase obsessiva. Normalmente não ficamos sabendo o nome nem do comprador nem do vendedor nas transações dos leilões, e nas vendas privadas não ficamos sabendo sequer o preço – ou mesmo se ocorreu, na verdade, alguma venda. Não há registro de transações ou da propriedade de obras. O termo “uso de informações privilegiadas” não cabe – na verdade, se poderia dizer que todas as transações com arte dependem de algum grau de informação privilegiada. Trata-se de uma situação muito susceptível de abuso, e o negócio de arte tem seu lado escuso. O próprio princípio do anonimato é um choque para muitas pessoas alheias ao segmento. ([DALLEY, 05/01/2018](#))

Frente às inúmeras experiências de pesquisa que constituem nossa (anti)disciplina, a antropologia, sabemos que se interessar por aquilo que interessa às pessoas que estudamos é uma ótima estratégia para pesquisar o que se deseja. E foi desse modo que assumi uma pesquisa sobre “o mercado brasileiro de arte contemporânea” a partir “dos colecionadores”, pensando os segundos como uma porta de acesso ao primeiro. Optei, portanto, por dar mais atenção aos colecionadores do que a uma caracterização das qualidades, movimentos e escalas do mercado. Isso porque, ao serem questionados sobre o mercado, parte significativa dos meus interlocutores tinha uma certa resistência e reticência ao falar sobre ele. Mas ao falar sobre coleções, colecionismo e colecionadores de arte contemporânea, essas mesmas pessoas falavam, também, sobre o mercado, porque, como espero mostrar ao longo da tese, não é possível separar as duas coisas.

E é especialmente sobre as falas sobre colecionar arte e ser um colecionador particular de arte que me debrucei para construir a etnografia que apresento nesta tese. Falas essas proferidas por diferentes atores do mercado de arte, mas, principalmente, pelos próprios colecionadores, tanto em conversas pessoais como, e principalmente, publicamente, em eventos dedicados ao tema (como feiras de arte e outras situações dedicadas a pensar o colecionismo em que eram convidados a falar sobre o assunto) ou que circulam pela *internet*.

0.4.5 por que estudar os colecionadores para pensar o mercado de arte?

No final da década passada (anos 2000), começaram as retóricas em torno do crescimento do mercado primário de arte brasileira. E esse crescimento tinha algumas justificativas diferentes, que iam de um contexto economicamente favorável à profissionalização do mercado, passando por um ator-chave: “os novos colecionadores, que crescem ano a ano”. (Ana Letícia Fialho in ALZUGARAY, 08/04/2013) Segundo Wagner Lungov, galerista que já presidiu a Abact,

clientes mais jovens, na faixa dos 35 aos 40 anos [...] começam a comprar suas primeiras obras. [...] A maioria desses novos colecionadores é composta por executivos e profissionais liberais. Pessoas acostumadas a tomar decisões e que são menos suscetíveis ao conceito de que o fato de comprar arte vai apenas valorizar sua imagem pessoal. Vejo nitidamente que eles estão criando seus próprios parâmetros de avaliação. (Wagner Lungov in PINHEIRO, 09/06/2014)

Segundo um relatório sobre o mercado global de arte publicado pela Tefaf (MCANDREW, 2013), que parece em grande medida baseado nos relatórios produzidos pelo Latitude sob a coordenação de Fialho – e realizados por ela, uma vez que é a única pesquisadora envolvida na maioria dos relatórios –, os colecionadores individuais (pessoas físicas) correspondem a cerca de 80% da totalidade do mercado nacional. Trabalhando com o mercado de arte como um mercado de bens de luxo, o relatório afirma que os milionários brasileiros gastam em torno de 15% de sua riqueza em *passion assets* (e o Brasil teria apenas 0,8% da população milionária mundial, mas, desproporcionalmente, 3% da população bilionária).⁴⁵ Ao mesmo tempo em que traz esse tipo de estatística, sem dizer quantos desses milionários e bilionários seriam especificamente compradores de arte, o relatório afirma que o mercado brasileiro é “jovem, dinâmico e vibrante”. Coloca, ainda, que

dealers reported increasing numbers of “young middle-class liberal professionals” collecting Contemporary art, while the Modern sector often attracts more experienced, older collectors and sells for higher prices, with key works often sold outside Brazil.

Some of the early collectors of Brazilian Contemporary art emerged in the 1990s, and they recalled that works in their collections were commonly bought for less than \$2,000 and that it was more unusual to come across higher priced by living artists (MCANDREW, 2013, p. 183)

Atentar para os colecionadores e falar sobre eles na tese será reconhecer suas centralidades nas narrativas sobre o crescimento do mercado brasileiro de arte contemporânea e falar, em alguma medida, sobre o que interessa às pessoas com as quais me relacionei. Espero que a etnografia apresentada ao longo deste trabalho justifique essa tomada de perspectiva em relação aos intrincados processos que atravessam o que aqueles que estudo chamam de mercado brasileiro de arte contemporânea.

45 Segundo a crítica de arte Isabelle Graw, a arte contemporânea “é considerada há muito tempo um bem de luxo” (GRAW, 2017, p. 400). Mas, “obras de arte estão associadas desde o século XVIII a fins mais elevados, tais como a verdade ou o ganho de conhecimento [...], um prestígio intelectual com o qual os bens de luxo apenas podem sonhar”. (id. *ibid.*)

0.5 o mercado de arte e o colecionismo na sociologia e nos estudos sistêmicos da arte contemporânea brasileira

A fim de não alongar a presente seção e considerando que esta tese versa sobre o mercado brasileiro de arte, optei por me concentrar na literatura sociológica sobre tal mercado que circula em solo brasileiro, dado que ela é mais recorrentemente acessada pelos atores pesquisados e acionada em seus discursos. Mais do que uma apresentação dos debates em voga, esta seção se resume a uma espécie de mapeamento dessa literatura a fim de criar uma imagem dos debates mais ou menos acadêmicos em torno do mercado aqui em questão.⁴⁶

Pouco se discute na antropologia o que os atores desta pesquisa chamam de sistema da arte visual contemporânea e seu(s) mercado(s). No Brasil, recentemente, em 2015, Leonardo Bertolossi defendeu uma tese no Programa de Pós-Graduação em Antropologia (PPGAS) da Universidade de São Paulo (USP) que se aproxima dos meus interesses de pesquisa sem, no entanto, coincidir com eles: *Arte enquadrada e gambiarra: identidade, circuito e mercado de arte no Brasil (anos 80 e 90)*. Bertolossi concentrou-se no contexto imediatamente anterior ao atual, aquele no qual, dizem, o mercado e o sistema de arte brasileiro, tais quais conhecemos hoje, começaram a ganhar contornos mais nítidos com a abertura das primeiras grandes galerias que atuam no mercado hoje e com os esforços de construção de relações comerciais internacionais do galerista Marcantonio Vilaça.⁴⁷

Como pretendo demonstrar ao longo deste trabalho, mercado e sistema de arte contemporânea não são esferas de produção e circulação de arte necessariamente coincidentes, nem suas relações são tão pacíficas como muitas das retóricas sobre e do mercado que aparecem na grande mídia dão a entender. Muitos conflitos e disputas entre os atores das artes visuais contemporâneas passam por essas duas esferas, que envolvem aproximações entre arte e dinheiro também como domínios morais: o primeiro tido como idealmente irredutível ao segundo, e o segundo tido como não aproximável ao primeiro sem corrompê-lo – mesmo sendo claramente dependente deste: os museus são frutos das atividades de colecionadores. É do colecionismo que surgem vários museus. Na ocasião de

46 Parte desses debates serão mais ou menos aprofundados ao longo da tese, seja em interlocução direta com os autores mencionados, seja através dos atores desta pesquisa, cujas perspectivas tendem, em muitos momentos, a coincidir com a literatura especializada – e a preferência da palavra foi dada aqui a tais atores.

47 Mais sobre Marcantonio Vilaça, ver BERTOLOSSI, 2015.

uma fala promovida pela SP-Arte|Brasília em sua única edição, em junho de 2014, a curadora Denise Mattar contou que foi na década de 1940 que surgiram, no Brasil, os museus de arte moderna. Segundo ela,

quem convence os empresários brasileiros a fazerem os museus de arte moderna é exatamente a pessoa que tinha criado o [MoMA](#) de Nova Iorque, que é o Nelson Rockefeller. Ele vem para o Brasil e fica fazendo a cabeça do [Ciccilo Matarazzo](#) pra fazer o Museu de Arte Moderna [de São Paulo, [MAM-SP](#)] Depois você tem a criação do [MASP](#) [Museu de Arte de São Paulo] e do MAM do Rio de Janeiro [Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, [MAM Rio](#)], criado pela Nilmar Bittencourt, que são do mesmo ano. Todos nossos museus nasceram com mecenas colecionadores que sustentavam. Esses museus eram particulares. Sem esses mecenas as estruturas dos museus ficaram capengas. Agora não temos instituições fortes, nem de poder de aquisição nem de programação. (Denise Mattar in diário de campo, junho de 2014)

Também em 2015, o antropólogo e fotógrafo Fernando de Tacca, professor do Departamento de Multimeios, Mídia e Comunicação do Instituto de Artes da Universidade Estadual de Campinas (Multimeios/Unicamp), publicou um livro intitulado *Colecionadores privados de fotografia no Brasil*. O livro não é dedicado unicamente aos colecionadores de arte contemporânea, mas às coleções de fotografia, que passam também por tal linguagem. Tacca concentra-se mais no registro textual das retóricas dos colecionadores sobre a constituição de suas coleções (e a si como colecionadores) do que na análise desses discursos. Dada a potencialidade de diálogo com as narrativas de colecionadores a que tive acesso durante meu campo de pesquisa, o livro de Tacca é uma fonte de dados para esta etnografia, tanto pelas especificidades do colecionar fotografia, como pelos encontros lógicos das retóricas sobre as coleções que ambos colocamos sob escrutínio.

Esses são os dois trabalhos de antropólogos que tive contato na antropologia brasileira que mais se aproximam do assunto de minha tese. Penso que minha intenção, para além (e aquém) da “antropologia da arte”, está no esforço em fazer etnografia a partir de um tema que não é central dentro do escopo de pesquisa dessa disciplina. Um tema do centro econômico e de poder colocado na periferia de nossa disciplina (LEIRNER, P., 2014);⁴⁸ mas

48 No “jogo” de eleições de objetos mais ou menos relevantes na antropologia, temas do chamado centro social, político e econômico tendem a uma periferia disciplinar da antropologia (LEIRNER, P., 2014 – destaque aqui a insuficiência e a adequação apenas parcial dos termos centro e periferia para referir-se à questão colocada). O mesmo não ocorre com a sociologia, que tende a abarcar mais tranquilamente temas de pesquisa provenientes do centro. Tal relação parece particularmente marcada

que, não tão longe, parece estar mais ao centro de disciplinas próximas, através da sociologia da arte, por exemplo. Não há na antropologia uma pesquisa que olhe para o mercado brasileiro de arte contemporânea e seus atuais contornos, muito embora a arte contemporânea tenha se tornado um objeto de interesse da antropologia brasileira nos últimos anos.⁴⁹

Como afirmei há pouco, na sociologia e/ou nos chamados estudos sistêmicos da arte (em grande medida de inspiração sociológica), o mercado de arte contemporânea é um tema em pauta. Desde minha entrada no doutorado em 2012, o número de teses e publicações na disciplina sobre o assunto tem se multiplicado. Trabalham simultaneamente a mim em suas teses de doutorado Daniela Stocco, no Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Antropologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro, PPGSA/UFRJ, e Bruna Fetter, no Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, PPGAV/UFRGS. Stocco, que defendeu sua tese em fevereiro de 2016, se debruçou sobre o mercado de arte contemporânea a partir das galerias do Rio de Janeiro e de São Paulo, Fetter, que defendeu sua tese em outubro do mesmo ano, versou sobre as feiras de arte contemporânea e processos de valorização das obras através das mesmas. A tese de Stocco foi construída dentro da sociologia e a de Fetter em um doutorado em História, Teoria e Crítica de Arte, mas utilizando “ferramentas da sociologia.”

Dentre os livros brasileiros de sociologia e ou estudos sistêmicos da arte, especificamente sobre o mercado de arte contemporânea, publicados no Brasil nos últimos anos, estão: a) *As Novas Regras do Jogo: O sistema da arte no Brasil* (2014), organizado por Maria Amélia Bulhões, que traz um capítulo da própria organizadora que passa pela “emergência do mercado moderno”, intitulado *O sistema da arte mais além da sua simples prática* e um artigo de Bruna Fetter, sua orientanda, *Um bom negócio: as recentes movimentações do mercado de arte contemporânea no Brasil*, que é sobretudo uma boa revisão e sistematização das principais discussões sociológicas do/sobre o assunto; b) *Sociologia das Artes Visuais no Brasil*, organizado Maria Lucia Bueno (2012), que também traz um artigo da organizadora sobre *O mercado de arte no Brasil em meados do século XX* e

quando se trata da antropologia brasileira da arte, em especial das artes visuais, onde o “popular”, o “étnico”, o “primitivo” tradicionalmente couberam à antropologia, enquanto a sociologia se ocuparia também de uma arte erudita e ocidental.

49 Como o antropólogo britânico Alex Flynn (Department of Anthropology/Durham University) e eu pudemos constatar diante dos mais de 30 trabalhos propostos para compor o grupo de trabalho que coordenamos juntos na XI Reunião de Antropologia do Mercosul (Arte e antropologia: novas abordagens, novas relações), dedicado a pensar os intercâmbios teóricos entre arte e antropologia.

outro, de Ana Letícia Fialho, socióloga especialista no mercado de arte contemporânea de maior renome dentro do próprio mercado, intitulado *O Brasil está no Mapa? Reflexões sobre a inserção e a visibilidade do Brasil no mapa internacional das artes*; c) e por fim o livro *O valor da obra de arte* (2014), de Alain Quemin⁵⁰, Ana Letícia Fialho e Angélica de Moraes (crítica de arte), com ensaios com os três autores e entrevistas feitas por Angélica de Moraes com Cildo Meireles (artista), Tadeu Chiarelli (crítico e curador), João Carlos Figueiredo Ferraz (coleccionador) e Luisa Strina (galerista), que versam sobre a valoração da arte no sentido de validação artística da mesma e de sua precificação e construção do mercado. Dentre os livros de sociólogos sobre mercado e arte traduzidos e publicados em solo brasileiro, temos d) o best-seller sobre o tema *Sete dias no mundo da arte: bastidores, tramas e intrigas de um mercado milionário*, da canadense Sarah Thornton (2010) e e) *O mercado de arte: mundialização e novas tecnologias* (2007), de Raymonde Moulin, socióloga da arte francesa.⁵¹

Em 2016, a Fundação Getúlio Vargas (FGV) publicou a coletânea de textos *Arte e Mercado no Brasil*. Trata-se de um livro com quase 400 páginas, impresso em papel de grande gramatura, capa dura, repleto de imagens coloridas de obras de artistas brasileiros com textos dos especialistas de diferentes áreas (críticos, curadores, professores, historiadores, economistas, arquitetos) sobre o mercado de arte brasileiro. Organizado por César Cunha Campos, diretor de projetos da FGV, a ideia do livro é, segundo César, “responder à pergunta: ‘Arte é um bom investimento?’” (p. 09) Os artigos apresentados no livro apontam diferentes direções, refletindo sincrônica e diacronicamente sobre o atual contexto do mercado brasileiro de arte sem, no entanto, responder diretamente a pergunta acima colocada. Parte dos autores publicados em tal coletânea são acionados como interlocutores ao longo desta tese.

Embora as publicações brasileiras sobre o mercado de arte com pretensão de analisá-lo – ou desvendá-lo – sejam de (ou envolvam) prioritariamente sociólogos, autores de outras áreas também escreveram sobre o assunto e foram publicados por aqui. Dentre tais livros, destaco a) *Lavagem de dinheiro por meio de obras de arte: uma perspectiva judicial e*

50 Sociólogo francês, orientado por Raymonde Moulin, que orientou Ana Letícia Fialho em sua tese de doutorado e que coorienta Daniela Stocco (também em seu doutorado).

51 Considerando também as traduções de Pierre Bourdieu, referência de grande influência nos estudos de mercado da arte com suas publicações sobre o campo da arte amplamente publicados no Brasil, podemos constatar a grande influência dos intelectuais franceses na sociologia da arte brasileira dedicada ao tema aqui em questão.

criminal, do desembargador brasileiro Fausto Martin de Sanctis (2015). O trabalho de Sanctis foi publicado primeiramente nos Estados Unidos e teve um lançamento relativamente silencioso no Brasil. Particularmente, imaginei que a publicação teria uma repercussão bem mais significativa do que efetivamente teve, já que extraoficialmente são frequentes as falas e acusações sobre lavagem de dinheiro e demais práticas relativas a isso nos bastidores do mercado de arte⁵² (e por vezes essas falas aparecem em âmbitos oficiais, como no caso de Edemar Cid Ferreira e do Banco Santos, ou mesmo da operação Lava Jato – acontecimentos sobre os quais versarei rapidamente ao longo deste documento).⁵³ Outro livro bastante conhecido é do economista e colecionador de arte Don Thompson, “professor emérito de *marketing* e propaganda na *Schulich School of Business*” (Universidade York, em Toronto), *O tubarão de 12 milhões de dólares: a curiosa economia da arte contemporânea* (2012). Por fim, dentre as traduções dos últimos anos, temos o livro *Grandes e pequenos segredos do mundo da arte*, das jornalistas Danièle Granet e Catherine Lamour (2014).

E, por fim, a tese que é um presente, *Colecionismo de Arte Moderna e Contemporânea no Brasil: um estudo*, defendida por Adriano Célio Gomide (2014) na Escola de Belas Artes da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). O autor é escultor, fotógrafo e diretor da escola Guignard, onde ficam alocados o Bacharelado em Artes Plásticas e a Licenciatura em Educação Artística da Universidade Estadual de Minas Gerais (UEMG). A tese foi a única com a qual me deparei ao longo de minha pesquisa de doutorado, escrita em solo brasileiro, que se dedica significativamente ao tema colecionismo privado e particular de arte moderna e contemporânea. Ela divide-se em três partes: uma sobre o colecionador, outra sobre o colecionismo e outra sobre a coleção. A tese de Gomide é, de certa forma, uma versão êmica (de dentro do mundo das artes visuais) das reflexões sobre colecionismo que apresento nesta tese. O trabalho de Gomide pensa os diferentes modos de colecionar, partindo da premissa de que existe um “*coleccionismo autêntico*”, ou um “*verdadeiro colecionismo*” (GOMIDE, 2014, p. 30), suportados pelo jornalista e colecionador americano Joseph Alsop e

52 Segundo matéria publicada no jornal *Valor*, “Thomas Christ, membro do conselho de administração do Instituto de Governança da Basileia, instituição sem fins lucrativos de combate à corrupção financeira, descreveu o mercado de arte como ‘campo ideal para lavagem de dinheiro’ da parte de ‘contrabandistas, traficantes de drogas, negociantes de armas e assemelhados’.” (DALLEY, 05/02/2018)

53 O que pode remeter à capacidade de silenciamento dos atores do mercado da arte frente às informações replicadas sobre seu contexto – algo bastante relevante, considerando a hipóteses de que falar sobre o mercado é produzir mercado.

Walter Benjamin (1987). Consequentemente, entendo eu, segundo Gomide, existiriam colecionadores e jeitos de colecionar mais legítimos do que outros, que estariam pautados, em última instância, em um “gostar mesmo de arte”. O autor deixa claro, por exemplo, que não está “interessado em pessoas que estão interessadas em especular com arte”. (id. *ibid.*, p. 355) E a maneira de avaliar isso junto àqueles com quem conversa é perguntar: “você gosta de arte?”, questão que Gomide faz a todos seus entrevistados. O trabalho de Gomide é construído na interseção entre revisão histórica, teoria da arte, entrevistas e da experiência do próprio autor no mundo arte. E, anexo ao seu trabalho, generosamente traz uma série de entrevistas semiestruturadas com 10 colecionadores, alguns deles do estado de São Paulo, mas a grande maioria de Minas Gerais. Ler cada uma dessas entrevistas é como acompanhar a conversa entre dois atores de minha pesquisa sobre o assunto que me interessa, sem estar, no entanto, presente na mesma. São quase 400 páginas de uma fonte de dados riquíssima para esta tese.

O leitor pode observar o quanto foram realizadas pesquisas e publicados livros nos últimos anos, em especial os últimos seis, sobre o mercado brasileiro de arte.⁵⁴ Os livros elencados até aqui não esgotam as publicações que circulam no e sobre o mercado brasileiro de arte contemporânea. Muitas outras produções poderiam ser trazidas para o presente texto: livros sobre coleções, sobre galerias, textos que vão de sociólogos brasileiros aos clássicos internacionais sobre o campo e o mundo da arte...⁵⁵

54 É curiosa também a presença de sociólogas da arte dentre os possíveis analistas de mercado, enquanto a maior parte dos colecionadores são homens – cerca de 71%, segundo o *art report* da Larry's List de 2014.

55 Como, por exemplo dos livros das e sobre as galeristas/galerias Luisa Strina (*Arte total: 40 years Galeria Luisa Strina*, STRINA, 2014) e Raquel Arnaud (*Afinidades: Raquel Arnaud*, ARNAUD, 2014); os livros sobre as coleções Dulce e João Carlos Figueiredo Ferraz (FERRAZ, J. C., 2014), Sérgio Carvalho (CARVALHO, S., 2014) e Duda Miranda (MIRANDA, 2007 – colecionador fictício, criado pela artista Marilá Dardot); uma exposição em forma de livro, *Arte e Dinheiro*, dos americanos Katy Siegel e Paul Mittick (2010); *A grande feira: uma reação ao vale-tudo na arte contemporânea*, do jornalista Luciano Trigo (2009). Dentre outros textos de sociólogos, passados direta ou indiretamente pelo mercado de arte, podemos mencionar o artigo *Mercado de arte no Brasil 2000*, de Sergio Miceli (2002); os trabalhos de José Carlos Durand e seu *Arte, Privilégio e Distinção* (1989); os clássicos bourdianos *Amor pela arte* (BORDIEU, DARBEL, 2003), *A economia das trocas simbólicas* (BOURDIEU, 2007b) e *A distinção* (2007a).

0.6 estrutura da tese

Ao longo desta introdução, versei sobre como o tema colecionismo apareceu pela primeira vez diante de meus olhos, já apresentando algo que é central nesta etnografia: a diferenciação sobre a prática do colecionismo de arte contemporânea brasileira (ocidental) a partir das intencionalidades com que as pessoas adquirem obras de arte. Ao narrar minha trajetória de pesquisa com arte contemporânea, passando de um circuito de arte de rua (em Curitiba) a um circuito institucional (composto por museus, universidades e editais) e, em seguida, ao mercado de arte, mostrei como os atores que estudei nestes circuitos, em determinadas situações, se contrapunham a outros acusando-os de privilegiar interesses econômicos (e/ou políticos) em detrimento de interesses artísticos. No decorrer desta tese, demonstro como essa lógica de diferenciação é atuante dentro do próprio mercado brasileiro de arte. Ainda nesta introdução, desmembrei o termo *mercado primário brasileiro de arte contemporânea*, a fim de situar minimamente o leitor no que eu e os atores desta pesquisa nos referimos quando o acionamos. Em seguida, descrevi certas situações vivenciadas em campo e alguns desafios de pesquisar elites, particularmente elites artísticas da arte contemporânea. Essas descrições revelam algumas características inerentes ao campo pesquisado, envolto em estratégias de distinção, segredos e controle de informações. E, por fim, fiz uma rápida revisão do material publicado no Brasil a respeito da arte contemporânea e seu mercado, particularmente ligado à sociologia (que é a especialidade que concentra tal discussão).

Contidas na narrativa etnográfica, dois tipos de descrição perpassam esta tese, assim como o próprio mercado de arte – descrições estas que são também dois modos de conhecimento e ação por parte dos atores de minha pesquisa. Em um desses modos, que aparece explicitamente no capítulo 1, mas também perpassa o capítulo 2, descrever é medir (especialmente em termos econômicos) e medir é produzir aquilo que se descreve (um mercado, brasileiro e primário, de arte contemporânea). No outro modo de descrição, presente tanto em alguns momentos desta introdução, mas especialmente nos capítulos 3 e 4, a potência narrativa está exatamente em não medir, ao menos não nos mesmos termos do primeiro modo, muito embora isso não implique em agir com absoluto descontrole. Parece haver um tipo de confluência, muitas vezes problemática, entre essas duas formas “nativas” de descrição de onde emergem as especificidades do mercado da arte contemporânea e dos modos de colecionar que aqui abordamos.⁵⁶

⁵⁶ Como bem observou a professora Ciméa Bevilacqua na ocasião da defesa desta tese.

No primeiro capítulo desta tese, verso sobre como falas e cálculos especializados, uma vez replicados dentro de contextos específicos, fizeram parte da construção de um mercado brasileiro de arte contemporânea e dos projetos de expansão desse mercado. Nele, me dediquei especialmente ao projeto *Latitute – platform for Brazilian art galleries abroad* e discuti, ainda, como o mercado de arte funciona a partir da produção de centros e periferias, *locais mais globais e locais mais locais*, que se repete em diferentes escalas. Esse texto amplia para outros aspectos a contextualização sobre o mercado brasileiro de arte contemporânea feita na introdução e que também se alongará ao segundo capítulo.

No segundo capítulo, inspirado nas clássicas etnografias que iniciam com uma descrição do meio/ambiente no qual a pesquisa foi realizada, descrevo as feiras de arte, em especial aquela que mais frequentei ao longo de minha pesquisa: a Feira Internacional de Arte de São Paulo (SP-Arte), hoje Festival Internacional de Arte de São Paulo. Enquanto evento, a feira de arte reúne, em um mesmo lugar e durante poucos dias, atores do mercado que estão territorialmente dispersos em diferentes instituições, cidades, estados, países. De certa forma, ela torna um pouco mais visível certas relações e cria um momento onde proliferam narrativas formais ou não sobre o mercado de arte – e, portanto, bastante propício para pensar o mercado. Também enquanto um evento, a feira começa muito antes de sua abertura para o público, com os preparativos dos atores nela envolvidos para que ela ocorra. A maneira como a feira é arquitetada dentro do espaço físico onde é realizada, a forma como as galerias são nele distribuídas, formam uma geopolítica que versa sobre as relações de poder das galerias dentro do mercado. O mesmo vale para a separação dos visitantes da feira em diferentes categorias: público comum, convidado, *vip* e, por vezes, convidados *vips* dentre os *vips*. Por fim, uma feira está mais para um feixe de eventos que se enlaçam do que um evento único, uma vez que, paralelamente a ela (e mesmo dentro dela), acontecem inúmeros outros eventos espalhados pela cidade que a sedia (aberturas de exposições em galerias, lançamentos de livros, palestras, mostras, jantares, festas).

Embora toda a tese seja uma etnografia, o segundo capítulo, que faz uma espécie de passagem entre os dois modos nativos de descrição (o que mede em termos econômicos e o que tenta escapar de tais medidas, ao menos nos termos do primeiro), talvez seja o mais classicamente etnográfico no sentido de só existir como resultado de minha participação, mesmo que parcial, no universo descrito. Não quero dizer com isso que a descrição etnográfica é exterior ou não contenha o que estou chamando de modos de

descrição nativos, mas que a descrição da(s) feira(s) está mais explicitamente ancorada em minha presença e movimentação por ela(s). Em vez de apresentar a(s) feira(s) de uma perspectiva ritual e/ou de modo relativamente organizado, trago ao leitor um contexto ruidoso, saturado de informações, diferentes atores e eventos. Trata-se de, em um esforço de partilhar incômodos, improvisos e frustrações com os quais lidei em campo e que estão na base do modo como apreendo e analiso o contexto pesquisado – tal qual o fiz também em diferentes momentos da introdução.

Já o terceiro e o quarto capítulo ganham outro tom narrativo. As vozes dos atores de minha pesquisa, muitas vezes dissonantes, outras redundantes, são apresentadas mais diretamente no texto, que se transforma em uma espécie de arena discursiva. Talvez mais próximo do modo de escrita dos chamados autores pós-modernos, sempre que possível, os interlocutores desta pesquisa são os narradores de suas próprias experiências como colecionadores. Como escritora, atuei neles, em grande medida, de forma semelhante a um editor de filmes. Mas um editor com a missão de montar um documentário sem ter um roteiro predefinido, a partir de horas e horas de entrevistas gravadas e outros inúmeros materiais videográficos provenientes de fontes diversas (e, portanto, com formas narrativas diferentes). Faz parte do material primário citado nos capítulos em questão mais de 40 situações de falas de colecionadores e demais atores das artes visuais (conversas, palestras e entrevistas que são fontes orais – apresentadas ao longo do texto em itálico). Cerca de $\frac{1}{3}$ dessas situações foram registradas por mim e o restante foi acessado no YouTube e outras plataformas virtuais. Foram utilizadas também como fontes primárias entrevistas já transcritas anexas às teses de Bruna Fetter sobre feiras de arte (2016) e de Adriano Célio Gomide sobre colecionismo de arte moderna e contemporânea (2014).⁵⁷ E por fim, 145 matérias e notas jornalísticas ou afins (com o depoimento ou não desses atores) são diretamente citados ao longo da tese. Todo esse material (juntamente a outros não citados, mas que compuseram parte de meu campo de pesquisa) foi transcrito (quando foi o caso), decomposto/decupado,⁵⁸ agrupado e reagrupado em diversos assuntos/temas e, então, (re)analisado. Em seguida, em diferentes tentativas de

57 Entendo que mais do que produzir novas informações e dados primários, nas ciências humanas também cabe aos pesquisadores trabalhar sobre os dados disponibilizados por nossos pares, tal qual acontece nas demais áreas de pesquisa. O ineditismo de uma tese não reside necessariamente nos novos dados que apresenta, mas na maneira como sua narrativa é construída e na proposição de outras análises e/ou conexões com aquilo que já está publicado.

58 Dividido em partes e reorganizado.

colagem, de colocar atores e falas em relação, perpassado por descrições e elucidações minhas, o material em questão foi montado tal qual apresento ao leitor.

O terceiro capítulo, “Como se fazem os colecionadores”, versa sobre como os colecionadores se constroem (e são construídos) enquanto tais desde suas primeiras aproximações com a arte, por vezes mediadas por suas famílias, aos motes iniciais para a aquisição das primeiras obras, que boa parte das vezes coincidem com seus casamentos e o interesse em adquirir obras de arte para decorar suas casas.⁵⁹ Há, no entanto, quem tenha se aproximado das artes visuais fugindo de uma desilusão amorosa e quem tenha feito suas primeiras aquisições para ajudar amigos artistas. Se, para grande parte dos compradores de arte, as compras são esporádicas ou encerradas uma vez que a casa esteja decorada, outros seguem adquirindo obras de arte (e, conseqüentemente, frequentando galerias e intensificando relações com outros atores do mercado, como galeristas, artistas e mesmo *advisors*) até que, por fim, percebem que têm uma coleção, se veem e são vistos como colecionadores – esse é o *turning point* entre ser um comprador de arte e um colecionador. Idealmente, passam, então, a comprar arte de outra maneira, pensando na constituição da coleção enquanto tal. E isso tende a não parar, porque uma coleção de arte contemporânea, diferente de um álbum de figurinhas, nunca se completa.

O quarto capítulo, “Sobre museus, paixão, conhecimento e investimento”, se inicia versando sobre a relação dos colecionadores particulares de arte contemporânea e os museus, em especial aqueles de interesse público. A parte final desse capítulo dedica-se a refletir sobre algumas características da atuação de colecionadores privados dentro de instituições públicas e alguns conflitos decorrentes dessa atuação. Mas, grande parte desse capítulo apresenta e discute os três tipos de colecionadores que compõem a sociologia nativa do mercado de arte: aquele que coleciona principalmente para obter *status*; o que coleciona com o objetivo principal de ter um retorno financeiro; e o colecionador “*de verdade*”, “*sério*” que coleciona por paixão, pelo prazer de conviver com arte, que dedica todo seu tempo livre ao colecionismo ou, ainda, que faz de sua coleção sua vida.

59 Embora haja uma grande potencialidade em analisar tal contexto através de lógicas de parentesco (consanguinidade e afinidade), tal qual sugerido pela professora Ciméa Bevilacqua na ocasião da defesa desta tese, ela não é explorada aqui. Deixo registrado, no entanto, o desejo de fazer isso no futuro.

Nas considerações finais, retomo alguns aspectos trabalhados ao longo da tese, em especial nos últimos capítulos, a partir do conceito de colecionismo de alguns atores pesquisados e demais escritos sobre o assunto, da ideia de convívio com a arte, da coleção como uma parte do corpo do colecionador e da atuação das obras de arte sobre o mesmo.

CAPÍTULO 1

FALAS, CONSTRUÇÃO DE MERCADO E CONTEXTOS (GEO)POLÍTICOS

1.1 sobre os analistas do mercado de arte

Sarah Thornton é, em sua própria definição, escritora e socióloga da cultura; no final de 2012, satirizando as famosas listas que circulam pelo mundo da arte, Thornton publicou um pequeno artigo intitulado (TOP) 10 razões para NÃO escrever sobre o mercado de arte (2012), no qual justifica sua opção de se afastar do jornalismo – a autora escrevia sobre mercado de arte para diferentes jornais. Cito alguns trechos:

1. Escrever sobre o mercado de arte dá exposição demais a artistas que alcançam preços altos. [...]
2. Escrever sobre o mercado de arte permite que manipuladores promovam os artistas cujos preços eles supervalorizam nos leilões.
[...]
4. As histórias mais interessantes são difamatórias. À parte as fraudes e a fixação de preços, todos os envolvidos no mercado de arte sabem que a sonegação de impostos é comum, e que a lavagem de dinheiro é uma força motriz em certos territórios.
[...]
9. Escrever sobre o mercado de arte aumenta a influência dele. O mercado de arte se tornou uma poderosa plataforma de mídia. (THORNTON, 2012)

É interessante notar que 4 dos 10 motivos que selecionamos estão diretamente relacionados ao potencial de “captura” (ou englobamento) pelo mercado daquilo que é escrito sobre ele. Conforme já explicito nesta tese, esse poder corruptivo do mercado em relação à arte e às forças que a produzem (como os textos críticos) é um problema recorrentemente levantado nas falas dos atores das artes visuais contemporâneas. É neste sentido que essa noção de “captura” me parece interessante, pois apesar de supor, em um primeiro momento, uma agência “consciente” do mercado, também implica a ideia de que, em outro momento, aquilo que é capturado passa por uma transformação, junto com seu captor. Ser capturado também não implica em algo necessariamente involuntário: muitos atores do mercado, a

exemplo de artistas, desejam a trabalham sua capturabilidade, se dedicando ativamente a consolidar relações no circuito comercial da arte.⁶⁰

É preciso assim também fazer uma ressalva quanto a esta ideia de mercado, implicada por este termo “capturar”, que poderia supor uma certa hipostasiação dessa entidade etérea. Melhor seria considerar o mercado como um complexo regime de forças, às vezes mais combinadas, às vezes mais contraditórias. Claro que desenvolver todo um conjunto de argumentos, baseados na teoria econômica, sobretudo, para se chegar a uma “definição” de mercado seria desejável, mas ultrapassa muito os limites desta tese. Isto não desconsidera, contudo, o fato de que nossos interlocutores tenham uma espécie de “solução categorial” para mobilizar a palavra “mercado” cada vez que essas forças aparecem em um regime discursivo. Nesse sentido, inclusive, tenderia a achar que por ser muitas vezes disruptivo e agir sob bases inconscientes o tal “mercado de arte” não se comporta como outros tantos, e aí um modelo como o de Bourdieu (e suas múltiplas “economias” aplicadas aos vários campos) é interessante, mas não suficiente. Deste modo, é preciso ver as potencialidades transformadoras que aquilo que passou a ser “cativo” pode gerar.

A revista *PROA – Revista de Antropologia e Arte*, da Unicamp, publicou há alguns anos uma entrevista com o sociólogo francês Alain Quemin. Uma das questões centrais da publicação versou justamente sobre o modo como a pesquisa do autor pode ou não “afetar seu próprio objeto”, como a pesquisa pode ter consequências capazes “de influenciar a realidade do mercado de arte”. Segue um trecho da reflexão do sociólogo sobre tal questão:

Assim que eu publiquei meus primeiros resultados, fui alvo de violentos ataques por parte de representantes do Ministério da Cultura e da Comunicação da França – e também daqueles que se beneficiavam de seu financiamento -, porque eles não queriam que se dissesse abertamente que, hoje, a França recuou muito no *ranking* internacional das artes visuais e que os artistas franceses atuais são bem menos representativos que no passado, mesmo se tratando de dois fatos incontestáveis, que podem ser objetivados. O número incrivelmente alto de artigos que foram dedicados a esta pesquisa, na França, mas também em muitos outros países (o Times e o New York Times falaram do trabalho e também a BBC) produziu alguns impactos no mundo social estudado. O perigo, quando o sociólogo revela alguns princípios, é que isto contribua para reforçá-los ainda mais. Ou seja, no momento em que eu assinalo que os artistas americanos, alemães e

60 Fico me perguntando aqui se a ideia de desvio por oposição à de rota, discutida por Arjun Appadurai para pensar *A vida social das coisas*, não pode ser produtiva para pensar a entrada no mercado das obras de arte (ou seja, sua transformação em mercadoria).

britânicos são os mais legítimos e os mais caros no mercado de arte, os colecionadores podem hesitar em pagar preços elevados para artistas franceses, e deste modo, eu corro o risco de reforçar tais fenômenos, ao lhes dar uma justificção objetiva. Eu sei que os atores do mundo da arte leem muito, tanto os meus próprios trabalhos, como os de Raymonde Moulin. Aliás, não há nada de surpreendente nessa apropriação de nossos resultados, nem no fato de que os dados da pesquisa possam influenciar seus comportamentos. (Alain Quemin in GOLDSTEIN; QUEMIN, 2010, p. 321 e 322)

Sobre os pesquisadores também incidem demandas do mercado para ocupar seus espaços de falas e enunciação, principalmente no sentido de criar lastro para a existência do mesmo – ao falar sobre o mercado, o pesquisador afirma a existência dele e esboça alguns de seus possíveis contornos. Portanto, faz parte de ser um pesquisador, reconhecido por esse mercado enquanto tal, ocupar determinados espaços de fala/visibilidade pública. Uma vez que se passa a ser considerado um pesquisador, surgem convites para palestras, seminários, mesas-redondas dentro do próprio território pesquisado. Por exemplo: Olav Velthuis, sociólogo, professor da Universidade de Amsterdam e autor de *Talking Prices: Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art* (2007) – livro considerado uma das mais importantes referências relativas à precificação da arte contemporânea –, foi um dos convidados para palestrar durante a SP-Arte 2011. Outro exemplo: em 2012, tive a oportunidade de assistir um seminário de Alain Quemin, na ocasião da 2ª ArtRio, acompanhado da socióloga Ana Letícia Fialho, contratada pela Abact (Associação Brasileira de Arte Contemporânea), associação das galerias de arte, para realizar estudos setoriais sobre o mercado brasileiro de arte, e seus relatórios foram peças-chaves na elaboração das retóricas de crescimento do mesmo – e não por acaso, a presença da pesquisadora era relativamente frequente nesses espaços de falas das feiras.

Até meados de 2017, enquanto etnógrafa do mercado brasileiro de arte contemporânea, não participei de maneira direta de sua produção. No entanto, em quatro diferentes situações, fui convidada por atores da arte contemporânea (que não se veem como diretamente ligados ao mercado) para falar sobre o mercado dentro de instituições relacionadas à arte. Ao aceitar esses convites,⁶¹ penso ter participado indiretamente da

61 Foram eles: a) uma mesa-redonda chamada Arte a partir de um olhar antropológico – imagem, produção e Mercado, que aconteceu no Departamento de Artes (DeArtes) da Universidade Federal do Paraná (UFPR), na ocasião da *II Semana Acadêmica de Artes Visuais* (2013); b) uma palestra que foi proferida na *Semana de Artes Visuais 2014 do Centro Universitário Belas Artes*, em São Paulo – a

composição de imagens contextuais do mercado em questão, para pessoas que – mais ou menos efetivamente – fazem parte do sistema de arte.⁶² Mas, se minha participação até então na produção do mercado de arte contemporânea foi ínfima e indireta, a de diferentes sociólogos não o foi. E penso ser importante explorar isso nas próximas linhas a fim de compreender o mercado em questão.

Pesquisar a arte visual contemporânea é trabalhar em território de *experts* e, portanto, é ser um especialista pesquisando outros, que por sua vez produzem o mercado de arte contemporânea (galeristas, colecionadores, artistas, economistas, sociólogos etc.). Em território de *experts*, analistas que se pretendem externos a este, uma vez reconhecidos como especialistas do mercado, podem ter suas narrativas absorvidas (ou serem eles mesmos absorvidos) por aqueles que estudam. E, sendo a arte contemporânea, em especial seu mercado, composta por discursos especializados, o analista supostamente externo tende a construir o contexto que estuda – não apenas compô-lo enquanto “objeto” de sua pesquisa, mas como aquilo que pesquisa em seus próprios termos. (BOYER, 2008) Ou seja, as clássicas fronteiras antropológicas entre o pesquisador e aquilo que pesquisa – “o próximo e o dentro/o distante e o fora” – são, uma vez que se estuda arte contemporânea, passíveis de serem “borradas” pelo próprio contexto pesquisado.⁶³

Tomando essas questões como um fundo metodológico para a tese, gostaria de destacar que esta é uma etnografia com sociólogos dentro. Não apenas dentro da tese, especificamente na qualidade de teóricos externos ao contexto estudado, mas “dentro da arte contemporânea”, como produtores dela, como seres que produzem (pensam e teorizam) este mercado. (STRATHERN, 1991) As análises sociológicas deixam de ser pensadas como

semana foi dedicada ao mercado de arte e contou com a participação da diretora da SP-Arte, de um colecionador, um *adviser* etc.; c) a realização de uma fala no Centro Cultural Heitor Stockler de França, do SESI/PR, no final de 2013, para a qual propus a substituição da mesma pela realização de uma mesa-redonda intitulada *Mercado de arte: especulações sobre a caixa-preta*, com a participação de dois artistas curitibanos (Geraldo Leão e Cleverson Oliveira), que foi prontamente aceita pelas curadoras da instituição e aconteceu em meados de dezembro do referido ano; d) uma palestra sobre colecionismo de arte contemporânea no [Festival Cultura em Miniciclos – Colecionismo de Arte](#), organizado pela Liga Produção Cultural no Instituto Ling, em Porto Alegre, em junho de 2017, sob a curadoria do galerista Lucas Ribeiro.

62 Sem contar minha participação na composição de vistas do mercado em situações informais, geradas na própria construção de meu campo de pesquisa, como as conversas com galeristas, artistas, colecionadores etc.

63 De modo análogo, talvez, com o que acontece aos antropólogos militantes que passam a atuar política e efetivamente em seus campos de pesquisa.

olhares de fora e passam a ser constituintes da arte, ou melhor, do mercado da arte contemporânea, apresentado aqui como algo construído, também, por seus esforços de cálculo. (RILES, 2001) Esta tese é uma aposta no potencial reflexivo da antropologia e seus atuais debates na construção de um conhecimento outro que o da sociologia sobre a arte contemporânea e seu mercado, ao investigar e colocar sob escrutínio alguns de seus pressupostos, como a própria noção de arte, seu mercado, seu sistema, sua sociologia... Em outras palavras: não é possível pensar o mercado de arte contemporânea fora do saber e do cálculo que o transforma e constrói suas imagens (em geral, pretensamente totais), assim como é preciso considerar que uma sequência de genes, inscrita em uma revista científica “não pode ser desligad(a) das redes de transformações, de deslocamento, de traduções, de mudanças de nível que vão, transversalmente, do texto à manipulação do laboratório”. (LATOUR, 2013, p. 45) Não é desejável para um antropólogo considerar a sequência de DNA representada em uma revista científica por uma sequência de letras (GAT CCI CAC TTC...) como “a réplica, na linguagem da sequência, do gene tal como ele é, desde sempre, na natureza das coisas”. (id. *ibid.*, p. 45) Estou elencando aqui este esforço autorreflexivo porque foi ele que me chamou atenção ao fato de que muito do desenho que esse mercado de arte enuncia passa por um “vetor geopolítico”, isto é, pela constante replicação de mapas (mentais) em que a visão de que existe um “centro” e uma “periferia” é, ela própria, conceitualmente central para meus interlocutores. Como disse já na introdução desta tese, eu mesma saí de um contexto não central para pesquisar nos centros; sou uma pessoa de determinada classe social, supostamente não “central”, buscando contato com pessoas “do centro”; estou numa disciplina “não central” no estudo de um objeto chamado “mercado” – como seria a economia, por exemplo; dentro das ciências sociais, a antropologia certamente ocupa uma posição periférica em relação à sociologia no que tange aos estudos da arte contemporânea; e, finalmente, dentro da antropologia estudar o “centro” parece ser um movimento algo periférico, como notou Piero Leirner (2014).

Não estou elencando estes elementos por puro capricho, mas sim pelo fato de que foi justamente esse excesso de “deslocamento” que talvez tenha me proporcionado a leitura da arte contemporânea nesses termos. “Centro/periferia”, mais do que uma categoria absoluta é, tal qual o mercado, um regime de forças complexo, que muitas vezes sofre ele mesmo sobredeterminações. Sendo assim, ele não está, nem de longe, na condição de algo dado. Por isto mesmo, meu esforço será, ao longo deste capítulo, tentar descrever esse regime

geopolítico, voltando aos elementos intrínsecos que meus interlocutores mobilizaram para procurar descrever seu mundo.

1.2 contextos políticos, escalas de mercado

O colecionador João Carlos de Figueiredo Ferraz, que reside em Ribeirão Preto e lá criou e mantém um instituto que abriga a sua coleção ([Instituto Figueiredo Ferraz](#)), diz que não consegue “enxergar a arte com limites de fronteiras. Eu acho que não existe artistas regionais, artistas locais ou nacionais. Eu acho que a arte é universal”. (in MORAES, 2014, p. 198) E explica:

tem artistas que fazem trabalhos falando de problemas pessoais, tem artistas que fazem trabalhos falando de problemas regionais e tem artistas que fazem trabalhos falando de problemas universais. São três tipos de artistas, cada um com uma coisa. Agora a arte ela não é local, regional. A arte é internacional. A arte é humana. Então, tem artistas que nasceram em Ribeirão [Preto], tem artistas que nasceram em [outro lugar]. Pra mim é tudo a mesma coisa. (João Carlos de Figueiredo Ferraz in diário de campo, novembro de 2014)

Segundo os economistas Fábio Sá-Earp e George Kornis, os mercados de artes tendem a se concentrar nas grandes metrópoles, onde estão “os compradores de renda mais alta, por isso, na maioria dos países o mercado de arte está centrado em uma cidade – nos Estados Unidos, em Nova York, na Inglaterra, em Londres, e na França, em Paris”. (2016, p. 39) Os autores mencionam ainda, em nota, “um ditado norte-americano que diz: se ganha mais dinheiro sendo o 50º. galerista em Nova York do que o primeiro em Minneapolis,” cidade mais populosa do estado norte-americano Minnesota. (id. ibid) No Brasil, o mercado de arte está concentrado no chamado eixo Rio de Janeiro-São Paulo, mais especificamente em São Paulo, cidade que, da perspectiva dos atores pesquisados, concentra mais da metade do mercado em questão.

A imagem do eixo Rio de Janeiro-São Paulo é frequentemente acionada nas discussões relativas a políticas, indústrias e mercados de arte no/do Brasil, tanto nas artes visuais, quanto fora delas. Entende-se que essas cidades concentram recursos financeiros voltados para as artes (sejam eles privados e/ou estatais) e, ao menos desde o governo Lula, fala-se da necessidade de desconcentrar as políticas e recursos dessas cidades e ampliá-los

para o restante do país. Como disse logo na introdução desta tese, uma das primeiras coisas que percebi em campo é que o mercado do eixo Rio de Janeiro-São Paulo era tomado pela grande maioria de meus interlocutores como o mercado de arte contemporânea brasileira e, muitas vezes, o que era produzido nesse eixo, como a própria arte contemporânea brasileira.

Kornis e Sá-Earp entendem “um mercado de arte nacional”, do qual o de arte contemporânea seria apenas uma porção (os pesquisadores incluem outros mercados de arte em sua pesquisa) como

um conjunto hierarquizado e mercados locais, cada qual constituído no seio de um APL [arranjo produtivo local]: no caso brasileiro, essa hierarquia estrutura-se em um centro e duas periferias, uma mais avançada, a outra, atrasada. No centro, encontramos um APL mais sólido, composto pelos mais importantes artistas, *marchands*, colecionadores, museus. Uma periferia avançada tem um APL frágil, mas tem a possibilidade de crescer ao longo das próximas décadas, se surgirem condições favoráveis. Na periferia atrasada, o APL praticamente ainda tem que constituir-se. Ao longo do século XX, nosso mercado esteve concentrado no Rio de Janeiro e em São Paulo. Até 1960 houve uma hegemonia carioca, mas, a partir de então, a hegemonia paulista foi crescente e talvez irreversível. A periferia avançada compreende Belo Horizonte e Porto Alegre (pode-se discutir se o Rio de Janeiro já integra essa categoria), a periferia atrasada são as demais grandes cidades brasileiras. (KORNIS, SÁ-EARP, 2016, p. 43)

Como a maioria dos atores de minha pesquisa se referem como centro do mercado ao que está concentrado entre o Rio de Janeiro e São Paulo, assim considero na presente pesquisa. Destaco, no entanto, que não penso o que acontece nesse “eixo” como sendo a totalidade do mercado brasileiro de arte contemporânea. Centro aqui refere-se, mais do que um núcleo ou posicionamento geográfico, à *concentração*: parte significativa dos atores que ali estão alocados pensa e opera o mercado em questão a partir dessas cidades e tende a pensá-las e a se pensar como sendo o próprio mercado brasileiro de arte contemporânea. Já atores que residem e produzem a partir de outras localidades, como Curitiba, por exemplo, tendem a se pensar, enquanto mercado, de maneira mais localizada.⁶⁴

⁶⁴ Curitiba é, no exemplo citado, uma periferia atrasada. Segundo Sá-Earp e Kornis, “colocando em números: estima-se que cerca de 60% das vendas sejam realizadas em São Paulo, 20% no Rio de Janeiro, 6% em Porto Alegre, 6% em Belo Horizonte, 2% em Fortaleza, 2% em Salvador, 2% em Recife e 1,5% em Vitória, 1% nas demais cidades” (2016, p. 43). Tal porcentagem refere-se ao amplo mercado de arte, e não especificamente a arte contemporânea. Muito embora quantidade de galerias não corresponda a quantidade de negócios fechados (mas seja um indicador do tamanho do mercado, que deve ser projetado levando em consideração outros tantos indicadores), no que tange à arte contemporânea, das 51 galerias citadas no *site* da Abact em fevereiro de 2018, três estão sediadas em

Ao me referir ao eixo Rio de Janeiro-São Paulo como um centro e não como uma totalidade (“o mercado brasileiro de arte”), reconheço que há atores fora do eixo em questão que fazem parte do mercado analisado nesta tese, muito embora não ignore que parte significativa das falas produzidas sobre o mercado brasileiro de arte contemporânea são construídas a partir de perspectivas desse centro do mercado sobre si mesmo.

Boa parte das narrativas especializadas sobre o mercado em questão reproduzem essa totalização do que acontece nas cidades do Rio de Janeiro e de São Paulo como sendo o mercado brasileiro de arte. São perspectivas produzidas a partir de pesquisas realizadas nesses centros, com atores que neles habitam e por pesquisadores cujos aprendizados e acessos às artes visuais contemporâneas se deram também nesses lugares.⁶⁵ Em outras palavras, muitos especialistas reproduzem a perspectiva dos atores que ocupam esses centros têm sobre eles mesmos. Tal percepção não coincide necessariamente a dos atores da arte contemporânea que experienciam o mercado de arte a partir de outras localidades.⁶⁶ Se o Rio de Janeiro e São Paulo concentram em seus limites geográficos, o mercado brasileiro e suas operações, certamente esse mercado não se reduz a essas cidades: uma série de experiências relativas ao mercado (e construtoras do mesmo) se dão para além de seus limites.⁶⁷ Algumas dessas experiências, inclusive, parecem ser mais observáveis de fora desses centros, como, por exemplo, os esforços nem sempre bem-sucedidos de acesso ao mercado *mainstream*; a migração a esses centros para tentar trabalhar nesse mercado; a criação de relações outras entre instituições relativas ao sistema e às galerias comerciais (cujos sistemas e percepções do mercado nem sempre coincidem, estrutural e logicamente, com o que acontece nas capitais paulista e fluminense); os “mistérios” e silêncios sobre o mercado *mainstream*, acentuados pelas distâncias de seus centros irradiadores.

Nem todos os atores das artes visuais concordam com essa percepção de centros em periferias – como é o caso já mencionado de João Carlos Figueiredo Ferraz. Indo

Curitiba (ou seja, quase 6% das galerias – Abact, último acesso em 14/02/2018), enquanto, segundo o relatório do Projeto Latitude divulgado em 2014, Belo Horizonte tinha uma galeria; Porto Alegre, uma (hoje são duas); Recife, uma. (FIALHO, 2014)

65 Uma exceção é a tese de Bruna Fetter, cujo olhar para o mercado parte de Porto Alegre, cidade na qual vive e atua como curadora, pesquisadora e produtora.

66 Outras localidades porque, por mais que os *centros* se pensem como totalidades globais e globalizantes, tratam de lugares específicos e, nesse sentido, localidades.

67 Diferente do naturalista colonizador que partia e retornava a seu centro de cálculo para pensar os lugares colonizados distantes desse centro (LATOURE, 2013), no mercado brasileiro de arte contemporânea, o centro se calcula como se não houvesse um além de si.

na contramão do que foi discutido até agora, o historiador e professor Frederico Coelho afirma que a *internet* foi um divisor de águas radical na produção da arte contemporânea, colaborando “decisivamente para o deslocamento radical da ideia de *centro* – e sua consequência geopolítica, a *periferia*”. (COELHO, 2016, p. 260) Reconhecendo que “qualquer opção de trabalho ou narrativa crítica sobre o mundo da arte feita no país torna-se automaticamente uma perspectiva local, sem abrir mão de seu aspecto cosmopolita” (id. *ibid.*), o autor afirma que nesse novo contexto

fica bem mais fluida a tarefa de, como disse Viveiros de Castro,⁶⁸ abandonar uma necessidade de ‘brasilidade’. Com intensas trocas virtuais e presenciais entre artistas brasileiros e outros polos internacionais de produção, circulação, exibição e consumo, sua perspectiva torna-se, em alguns casos, totalmente esvaziada de referências locais explícitas (COELHO, 2016, p. 268)

Nesse sentido, para Coelho é evidente “como, para os [artistas] que surgiram a partir dos anos 2000, acessar o mundo e abrir mão de uma marca local tornou-se mais simples do que para os artistas dos anos anteriores”. (id. *ibid.*, p. 68)

Certamente o acesso à *internet* transformou o contexto contemporâneo de trocas com outras pessoas, a ampliação da rede de interlocutores e o acesso às produções artísticas de outros locais em relação às décadas anteriores. Os atores da arte contemporânea hoje viajam sem sair de casa (CLIFFORD, 2000) através da *internet* e atravessam fronteiras geográficas e políticas com muito mais facilidade, com passagens aéreas, por exemplo, bem mais acessíveis que duas décadas atrás. Embora possamos e seja necessário tensionar e problematizar a noção de localidade (e construções identitárias a partir dos locais), é preciso lembrar também que localizar pessoas é uma estratégia de dominação e construção de poder. Nesse sentido, grandes centros se apresentam como sendo *locais mais globais* e olham para os lugares que escapam a eles como *locais mais locais*. E desses *locais mais locais*, os centros (*locais mais globais*) demandam em alguma medida uma identidade (*local*) para se aproximar de um jogo “global” e que, ao mesmo tempo, marca o *local* como sendo *mais local*.

Expor em museus centrais do Rio de Janeiro e de São Paulo não é a mesma coisa que expor em museus importantes de outras capitais brasileiras; escrever livros sobre

68 Em uma entrevista citada por Frederico Coelho, onde o antropólogo afirma, segundo o autor que o cita, que “não se tratava de pensar *o* Brasil, mas de pensar *no* Brasil”. (COELHO, 2016, p. 260 – grifos do autor)

movimentos artísticos ou artistas de outras cidades não repercute da mesma forma em contexto nacional que os escritos no eixo RJ-SP.⁶⁹ Um dia, em uma conversa informal sobre o mercado, que aconteceu após uma abertura de exposição, ouvi o seguinte de um jovem artista curitibano, aflito ao especular sobre as possibilidades que teria de “viver de sua arte”: “*De que adianta tudo isso [diferentes exposições em Curitiba]? Ninguém vai ver isso. Ninguém vai comprar nada do mesmo jeito. Não temos uma identidade daqui para entrar no mercado nacional, somos o quintal de São Paulo.*” (diário de campo, 2013) Esse artista referia-se tanto aos espaços de visibilidade de uma arte produzida no Brasil, quanto às especificidades de artistas de fora do eixo Rio-São Paulo que se inseriram no mercado brasileiro de arte, em sua perspectiva, a partir do jogo com uma identidade local (ele me deu os exemplos “*nordestina*” ou “*amazonense*”), apresentando ao centro “*uma brasilidade exótica*” – coisa que, segundo ele, Curitiba não poderia oferecer. Se essa foi a primeira vez que ouvi tal argumento em campo, certamente ela não foi a última: a mesma ideia apareceu em outros momentos, proferida por outros artistas.⁷⁰ Tudo isso não significa que não haja produção de arte contemporânea fora do centro em questão. Temos, por exemplo, grandes institutos de coleções privadas fora desses lugares que são compradores atuantes do mercado, a exemplo do [Instituto Inhotim](#) em Brumadinho (MG) e do Instituto Figueiredo Ferraz, em Ribeirão Preto (SP). Eles são visíveis pelo centro mesmo de suas localidades, mas o vetor que os torna um polo crítico na mobilização de forças do mundo artístico os toma a partir de suas relações com o centro. Ou seja, eles só são visíveis em suas localidades pelas relações que estabelecem com o centro (e não suas relações com sua ou outras localidades). Porque são os centros (*locais mais globais*) os lugares privilegiados para ver, comprar, negociar arte contemporânea.

Até o momento, ao discutir centros e localidades do mercado de arte contemporânea, me concentrei em uma escala nacional, do mercado brasileiro, partindo de

69 “*O Mapa das Artes não colocou o lançamento de nosso livro na agenda nacional só porque é de Curitiba, colocou no local*” – me disse uma artista a respeito de um livro de entrevistas que fez com atores do sistema curitibano. (diário de campo, 2015)

70 Uma cidade que comumente aparece em tal reflexão como um contraponto a Curitiba (e mesmo Florianópolis e Porto Alegre) é Recife. A capital pernambucana parece ser tomada nessas falas como uma cidade periférica ao eixo Rio de Janeiro–São Paulo muito bem-sucedida na inserção nesse centro. Do ponto de vista dos atores que anunciavam tal reflexão, grande parte do sucesso dos artistas recifenses nessa inserção seria o acionamento em suas obras de uma certa ideia de brasilidade (relacionada a noções como “cultura popular”, “natureza” etc.), coisa que Curitiba, um “*quintal de São Paulo*”, uma São Paulo periférica e malsucedida (ideias que frequentemente aparecem nas falas de alguns atores curitibanos, em referência não a perspectiva que têm sobre si, mas a perspectiva que São Paulo produziria sobre sua cidade), não ofereceria.

uma experiência de Curitiba em relação a esse mercado. Mas uma equação semelhante, se não a mesma, também aparece em uma escala maior, mas especificamente nos esforços de inserção da arte brasileira em um mercado internacional de arte contemporânea, onde o Brasil aparece como um local tentando se inserir em um mercado que se nomeia como *global art market*. Como bem afirmou James Clifford em um artigo chamado *Culturas Viajantes*, publicado pela coletânea *Espaço da diferença*, organizado por Antônio Arantes (2000), é preciso sempre se perguntar quando se fala em locais: “Mas ‘local’ em termos de quem?” (p. 53) Da mesma forma que o mercado brasileiro de arte contemporânea não parece ser pensado por aqueles que estão em seus centros como um mercado curitibano, recifense, manauara (etc.), o mercado internacional de arte contemporânea é pensado por seus *global players* como um mercado outro que não o brasileiro – ou o boliviano, ou o argentino, para citar exemplos latinos de países que frequentemente aparecem na fala dos atores desta pesquisa. Mas, assim como o mercado brasileiro atravessa os mercados locais de suas cidades, o mercado internacional atravessa o brasileiro, influenciando diretamente seus movimentos.

Segundo a crítica, curadora e pesquisadora Daniela Labra,

O artista brasileiro surgido na virada do século XXI pertence a uma geração dedicada à experimentação estética e tem claras expectativas de inserção profissional no mundo espetacularizado da arte global. Conectado ao mundo virtual e com acesso a diferentes redes de informação, esse artista vê sua trajetória amadurecer simultaneamente à do mercado interno e se volta para a pesquisa individual em sintonia com outras narrativas mundiais, desinteressado em afirmar uma identidade nacional por meio de sua obra [...]

Independentemente da mídia escolhida pelo artista contemporâneo brasileiro, o sistema que atua é cosmopolita e, desse modo, ao se internacionalizar, sua obra deixa de pertencer exclusivamente ao Brasil. Para críticos e curadores do mundo, o distintivo de uma obra ou do artista não é mais sua nacionalidade, e sim a coerência e consistência de sua pesquisa artística. (LABRA, 2016, p. 294-297)

Duas observações: para mim, é claro que o texto de Daniela é, antes de mais nada, uma generalização feita a partir de uma tendência que a jovem crítica, que se formou com a mesma geração sobre a qual se refere, vê entre seus pares. E, assim como Frederico Coelho, imagino que uma tendência que perceba por onde circula, mas a partir de onde se formou e habita (pelo que pude apreender, tanto Daniela quanto Frederico têm grande parte de sua formação, e atualmente residem, no Rio de Janeiro, ou seja, no eixo central da arte contemporânea brasileira). Entendo, também compreendo que a generalização de Daniela é

uma espécie de idealização do que seria um sistema e um mercado da arte contemporânea. Mas, me parece, que o não reconhecimento de centros e periferias, de localidades cujos atores o centro demanda outras coisas que não demanda de si, é também uma estratégia de manutenção de poder desses centros, que esvazia os discursos e as problematizações dos atores periféricos que apontam as desigualdades construídas entre centros e periferias. Daniela reconhece,

Entretanto, no que diz respeito ao mercado de investimento em arte, [...] que, ao contrário da crítica especializada, os interesses econômicos que ditam as regras ainda valorizam a identidade do artista, promovida por desejos de consumos globais com características locais, que fazem com que o elemento identitário permaneça sendo considerado como um diferencial vendável. (LABRA, 2016, p. 297)

Veremos no decorrer desta tese que, da perspectiva de boa parte dos atores pesquisados, a crítica especializada não está tão distante do mercado de arte quanto desejam atores da arte contemporânea que se pensam alheios a ele. Aliás, da perspectiva de alguns interlocutores deste trabalho, mesmo reconhecendo a existência de diferentes mercados, estar presente na arte contemporânea e a ausência total do mercado não é possível, uma vez que entendem o mercado como parte de todo um sistema da arte contemporânea – ou seja, atuar na arte contemporânea, mesmo que indiretamente, seria atuar no mercado de arte.⁷¹

Outra questão: por vezes, pessoas que fazem parte dessa mesma crítica especializada a qual Daniela se refere, provenientes e formadas em centros, percorrem certas localidades onde, informalmente, da perspectiva dos atores que vivem e trabalham nesses lugares, falam coisas que questionam as produções artísticas e intelectuais “locais”. Por exemplo: recentemente ouvi narrativas acerca da visita de uma jovem curadora e crítica de arte do eixo Rio de Janeiro–São Paulo a Curitiba, com o objetivo de acompanhar o trabalho de alguns artistas inscritos em uma espécie de residência. A curadora foi convidada e paga pelos organizadores da residência para fazer tal acompanhamento e, em determinado momento,

⁷¹ A curadora e pesquisadora Bruna Fetter que, na contramão de boa parte dos atores da arte contemporânea que se consideram “fora do mercado de arte”, entende o mercado de arte como algo que faz parte dos sistemas da arte – e é isso que essa etnografia demonstra, mas que, espero, fique claro ao longo da tese –, afirma que “ao escrever artigos, publicar livros e dar palestras, entre outras possibilidades, atores dos sistemas da arte [como críticos e pesquisadores] estão colaborando – através da expansão do conhecimento a respeito de determinada produção artística – para a legitimação de artistas e obras, conferindo-lhes diferentes graus de relevância e acordo com suas trajetórias e espaços ocupados”. (2016, p. 50)

disse que ficou surpresa com o que viu durante a residência porque achava que os artistas de Curitiba (e de Florianópolis) trabalhavam apenas com publicações. Tal perspectiva soou como absurda para os produtores de arte locais, dada a gritante diversidade de suportes e técnicas utilizadas pelos artistas de ambas as cidades. (diário de campo, 2016) Durante a pesquisa de campo, me foi narrado em diferentes momentos como alguns artistas e intelectuais dos centros de poder acabam demonstrando um certo desprezo estrutural por aquilo que é produzido em lugares que consideram periféricos, que aparecem muitas vezes travestidos de elogios – como, aliás, parece ter sido o caso da curadora acima que, até onde pude compreender, quis, de certa forma, “elogiar” a produção artística de Curitiba e Florianópolis que, afinal, não se restringia às publicações. Um outro exemplo dessa situação foi quando um acadêmico que lecionava na Universidade de São Paulo, USP, na capital do estado, encontrou interlocutores em Florianópolis em uma visita à cidade e declarou, em uma conversa informal, que *“não sabia que tinham cabeças pensantes”* na cidade. Outro exemplo, ainda, é o colecionador que afirma que *“tem uma excelente arte brasileira feita no norte do país, feita no nordeste do país, feita no centro-oeste no Brasil”* e que esta arte *“é muito mais visceral, [...] porque o artista que está longe dos [grandes] centros urbanos têm muito mais dificuldade de se comunicar, eles têm muito mais dificuldade de discutir com cabeças pensantes, então sua arte sai muito mais de dentro do seu corpo”*. (diário de campo, abril de 2015) Outras vezes, por fim, o pesquisador que, dentre outras coisas, analisa em sua tese um dos grandes museus do país localizado fora do eixo Rio de Janeiro-São Paulo, defendeu a tese em uma universidade do eixo e, segundo ele, escutou de um dos integrantes da banca que as pessoas do lugar de onde vinha tinham *“mesmo muito orgulho da sua cidade para optar analisar algo dela”* e não alguma coisa relevante para a arte brasileira e, portanto, localizado em seu centro. (diário de campo, março de 2017)

Ao mesmo tempo que, por vezes, fala-se de uma participação do mercado brasileiro no mercado global, tal participação internacional dá-se a partir de alguns atores específicos desse mercado e não de todos aqueles que dele participam. E há quem duvide da efetividade dessa participação: diz-se que galerias brasileiras vendem fora do país para brasileiros, duvida-se que existam colecionadores *global players* interessados em arte global e não apenas brasileira. Por exemplo: em uma conversa informal, o representante de uma grande galeria internacional me disse que uma das tarefas dele no Brasil era averiguar se, de fato, o país tem grandes colecionadores, uma vez que a galeria para a qual trabalhava

duvidava um pouco disso. (diário de campo, dezembro de 2014) Por outro lado, em tempos recentes (entre o segundo semestre de 2015 e o primeiro de 2016), frente à retórica de retraimento do mercado em face à crise econômica brasileira agravada no segundo mandato da presidenta Dilma Rousseff, diferentes atores do mercado brasileiro falavam de um crescimento do investimento e das vendas de galerias brasileiras fora do país.

Crise econômica, retração nas vendas, sensação de incerteza, encolhimento de feiras e necessidade de buscar novos nichos de mercado para compensar as quedas internas. O alarmismo tomou conta de fatia do mercado brasileiro de artes plásticas, em parte baseado em números concretos e no clima político-econômico nacional, e o medo da crise no setor se tornou tema recorrente nos círculos das artes e em artigos na mídia nacional. Um olhar mais aprofundado e contextualizado para a situação, além da análise de outros números, aponta, no entanto, para um quadro mais complexo e menos trágico do que alguns insistem em ver. Galerias seguem sendo abertas, bons negócios têm sido fechados e o volume de exportações de arte contemporânea brasileira quase dobrou no último ano. Segundo galeristas e profissionais da área ouvidos pela ARTE!Brasileiros, 2016 será um ano de desafios, em que novas estratégias devem ser testadas, mas estamos longe, e muito, de um colapso.

Após anos de crescimento acelerado nas vendas de obras – uma média anual de 22,5% entre 2010 e 2014, de acordo com dados da Pesquisa Setorial do Projeto Latitude (*Platform for Brazilian Art Galleries Abroad*) –, números anunciados por algumas galerias apontam uma situação diferente em 2015. Casas consolidadas no mercado como Millan, Fortes Vilaça e Anita Schwartz são algumas das que citam quedas nas vendas em torno de 30% a 40% no ano. Outras, como Nara Roesler, Vermelho e Mendes Wood, porém, confirmam que o último ano foi estável ou mesmo de crescimento. [...] mas o quadro menos favorável no Brasil se alinha também com o panorama global de redução de vendas, segundo relatório da Tefaf.

[...]

Em meio aos temores quanto ao desempenho do mercado interno, a divulgação de um aumento expressivo no volume de exportações de arte contemporânea brasileira confirmou que o caminho da internacionalização é relevante e que as exportações podem representar uma porcentagem cada vez maior das vendas totais das galerias (cerca de 15% em 2014). Segundo dados do Latitude, as casas associadas ao projeto comercializaram internacionalmente quase US\$67 milhões em 2015, o que representa um aumento de 97,4% em relação ao ano anterior. A próxima pesquisa Latitude, relativa a 2015, deve mostrar que o valor representa porcentagem maior no total de vendas do que os 15% do ano anterior.

O aumento – já visto por alguns como resultado de uma reação das galerias à retração interna – é fruto, na verdade, de um trabalho de longo prazo. É o que afirmam muitos dos galeristas que, no entanto, não negam a vontade de aprofundar o trabalho nesta direção. “Tivemos um aumento na exportação na casa dos 10%, que eu vejo como a continuação de um trabalho que começou a ser feito oito anos atrás, quando começamos a fazer um número grande de feiras”, diz Eliana Finkelstein, da galeria Vermelho. “É algo que planejamos

antes da crise, entendendo que o mercado de arte é global.” (FERRAZ, 10/03/2016)

Através da pesquisa de campo, nota-se que, em uma escala internacional, ou global, para usar o termo nativo, as localidades e esses jogos de centros e periferias do mercado brasileiro são obliterados. É como nos mapas: quanto maior a escala cartográfica, menor a riqueza de detalhes em um mapa e maior é o território (transformado em informação) coberto por ele. (LATOURET, 2013) Embora a imagem do senso comum que temos do mercado internacional (ou global) seja formada da intersecção de uma série de lugares – sendo os principais, Londres e Nova Iorque – os deslizamentos entre as categorias local e global não acontecem da mesma maneira para todos os locais. Os mercados de Londres e Nova Iorque são mais globais do que os do Brasil ou da África. Um dos exemplos de meu campo, que faz referência a esses movimentos entre local e global, é a “tentativa” do Brasil de sair da categoria “arte latino-americana” dos leilões da Christie's e da Sotheby's (as maiores e tidas como principais casas de leilão do mercado internacional de arte contemporânea) e entrar na categoria Pós-Guerra e Arte Contemporânea: ir para a segunda categoria parece significar sair da categoria local (adjetivada, inclusive, com sua localidade: “arte latino-americana”) e entrar na categoria global (onde não se adjetiva a localidade). A arte contemporânea brasileira não quer ser necessariamente arte brasileira em termos de mercado internacional (salvo quando isso soa positivamente), ela quer ser arte contemporânea. Ser local atrela-se à ideia de ser periférico. Periferias da arte contemporânea global são mais locais e os centros mais globais. Assim como periferias da arte contemporânea brasileira são mais locais (curitibana, paranaense) do que os centros da arte brasileira.

Em suma, as escalas *local* e *central*, *local* e *brasileira*, *local* e *global*, não são escalas geográficas, são escalas de poder econômico e simbólico, e nesse caso, artístico.⁷² Nesse sentido, é notável que a geografia só tem uma relevância em si a partir do momento em que ocorre uma decantação de toda essa simbologia que produz uma naturalização da ideia de centro/periferia; e, sem dúvida, a arte contribui para esse agenciamento, engrossando o caldo geral, e não fazendo valer apenas uma óbvia relação de dominação econômica e política (como força). Trata-se, sobretudo, de pensar que a arte é ao mesmo tempo convencida e

⁷² Além dos *centros* “fixos” da arte contemporânea, sendo os principais, Londres e Nova Iorque, outras localidades tornam-se centros internacionais temporários do mercado global através dos grandes eventos de arte como as grandes feiras internacionais de arte (Basel, Miami Basel, ARCO) e bienais (Veneza, São Paulo, Manifesta) – mais sobre o assunto, ver Fetter, 2016.

instrumento de convencimento do fato de que todas as relações no mundo apontam um campo de forças situado entre o(s) centro(s) e a(s) periferia(s). Diretamente relacionados a isso, por exemplo, estiveram as

ações afirmativas promovidas pelo Ministério da Cultura da era Lula (2003-2010), quando ocorreu um grande investimento de caráter oficial e propagandístico em exposições do âmbito internacional, cuja tônica era promover a imagem do Brasil do BRICS e seus bons indicadores de crescimento econômico e social conquistados desde a implementação do Plano Real, na década anterior. Assim a cultura brasileira, [...] como um capital simbólico poderoso para valorizar o país e atrair investidores de toda sorte, seria ainda mais disseminada nos países hegemônicos em eventos financiados com verba pública, ocorridos paralelamente ao fechamento de acordos diplomáticos e comerciais. Na Europa, grandes eventos com programações diversas e miscelânicas, patrocinados pelo Ministério da Cultura brasileiro, ajudaram a divulgar arte brasileira contemporânea – mas não só – em diferentes cidades de países como França e Alemanha. (LABRA, 2016, p. 301)

Em 2005 houve o ano do Brasil na França, em 2006 a Copa da Cultura na Alemanha. Em nota, Labra cita um texto publicado pelo MinC sobre o “Espaço Brasil, projeto a ser executado (ininterruptamente) no período de 11 de junho a 25 de setembro, no *Carreau du Temple*, no bairro do Marais, em Paris, por ocasião do Ano do Brasil na França” (LIRA; STERF, último acesso em 15/02/2018), que elucida bem sua perspectiva. O Espaço Brasil era

‘uma casa aberta ao mundo, localizada numa área central de Paris, onde circulam franceses e turistas de todo o planeta [...], um grande pavilhão capaz de abrigar e divulgar obras de todas as linguagens’, disse o ministro Gil sobre o projeto [...] idealizado como modelo de apresentação do Brasil no exterior, visando não só divulgar a cultura brasileira, mas também reforçar os laços comerciais já existentes e abrir novos mercados. (LIRA; STERF, último acesso em 15/02/2018)

Ou seja, “ao mesmo tempo em que a arte brasileira era promovida, o discurso oficial promovia uma ‘marca Brasil’ que enfatizava a diversidade ética e cultural”. (LABRA, 2016, p. 301)⁷³ Esse tipo de investimento era também um projeto brasileiro de construção de poder, mais especificamente de *soft power*. Como explicou, em 2013, a então ministra da cultura Marta Suplicy, o conceito em questão, “criado por Joseph Nye, [...] define a

⁷³ Como veremos na próxima seção, foi na esteira dessas políticas culturais/comerciais que foi criada a Abact e o projeto Latitude, particularmente importantes para o contexto desta pesquisa.

capacidade de um país influenciar relações internacionais, exercer um papel de encantamento e sedução através de qualidades *softs*, em especial manifestações culturais fortes e diversas. O termo se contrapõe ao poder militar chamado *hard power*” (SUPLICY, 24/02/2013) Investir em *soft power* era, para a então ministra, uma oportunidade.

Com a projeção internacional do Brasil como nova potência econômica agregada ao[s] já admirados futebol e Carnaval mais o interesse despertado por um país que diminuiu a desigualdade social ao eleger um operário para presidente e logo após uma mulher, temos a oportunidade única de fortalecer nosso *soft power* no cenário internacional.

[..]

Essa é, acredito, a grande oportunidade de consolidação e ampliação de nossa força como potência atraente para comércio, investimentos e turismo. Temos, portanto, o desafio de somar e coordenar esforços numa articulação estruturada que tenha a capacidade de envolver agentes públicos e privados. (SUPLICY, 24/02/2013)

No que tange às artes visuais, anualmente, a *The European Fine Art Foundation* (Tefaf) lança um relatório tido como o principal em termos de *global art market*. Em 2013, a edição desse relatório teve como foco a China e o Brasil – o que significa que, além de apresentar dados em termos do que chamam de mercado global, o relatório trouxe capítulos especiais dedicados a estes dois países. Mesmo com apenas 1% do mercado global, a entrada do Brasil neste relatório foi considerada um indicador de ganho de prestígio do país no mercado internacional. Como bem observou Bruna Fetter, o Brasil figurou “pela primeira vez [nesse relatório] como um *player* a ser observado no mercado e não mais na categoria genérica ‘Outros’, ou seja, daqueles países cujo volume de transações não são significativas dentro do contexto global”. (FETTER, 2014, p. 131)

Segundo o relatório em questão, “*Brazil’s art market is very small by comparison with China. In 2012, sales in the art market in Brazil were estimated at €455 million, or around 1% of the global art market. The market is relatively under-developed compared with its mature global counterparts*”. (MCANDREW, 2013, p. 154) O relatório destacou que, muito embora não tenha alcançado o mesmo volume de vendas que o ápice do ano de 2010, em 2012 o mercado brasileiro cresceu 31% em volume financeiro.

Brazil’s principal significance to the global art market has been through the buying power of its high net worth art collectors. Brazil’s HNWI [high net

*worth individuals]*⁷⁴ and ultra-HNWIs have undoubtedly had an impact on the global art market, although it is difficult to measure precisely its extent. But it seems clear that, in the short to medium term, Brazil's global significance will be based on its increasing number of HNWI's, rather than on the size of its domestic art market. In this respect it has similarities to both Russia and India. (MCANDREW, 2013, p. 154)

O *soft power* de um país parece também estar atrelado ao que ele importa culturalmente – não bastando ser uma potência exportadora de arte. Um exemplo disso foi a aquisição por centenas de milhares de dólares da pintura *The Card Players*, de Paul Cezanne, pelo Qatar. Mas por que um país não ocidental adquirira uma obra de um ícone da pintura ocidental em uma grande transação mercadológica que virou manchete em inúmeros países?

A razão pela qual a fundação do Qatar [*Qatar Museums Authority*, QMA] decidiu comprar um óleo por \$300 milhões [\$250 milhões, segundo divulgado na *Folha de São Paulo* (REUTERS, 24/10/2013)] não foi a busca por retorno financeiro, mas a transferência de poder e valor. Com essa operação, ela se insere em um seleto clube de possuidores de pequenos tesouros da história da arte mundial, reconhecimento indubitavelmente por toda uma rede de relações. O Qatar possui uma estratégia de nação que busca visibilidade e que pretende criar alguma atratividade que justifique o crescimento de fluxos turísticos. Na visão do Emirado, a criação de uma coleção de arte com expoentes da arte ocidental pode tirá-lo da posição de Oriente Médio, próximo de outras nações e de culturas que têm pouco em comum ao Ocidente, e aproximá-lo da Europa e das Américas. (FINGUERUT; FANTINATO; FRARE, 2016, p.115)

A filha do antigo emir do Qatar (e irmã do atual), a sheikha Al-Mayassa al-Thani, responsável pelo QMA, talvez não por um acaso formada em Ciências Políticas e Literatura nos Estados Unidos (ESPINOSA, 23/11/2013), foi considerada em 2013, pela revista inglesa *ArtReview*, que me parece ser a revista mais (re)conhecida de sua área,⁷⁵ a

74 Segundo informa a Tefaf, são consideradas HNWI's (*high net worth individuals*) neste relatório aquelas pessoas com mais de 1 milhão de dólares em investimentos e os ultra-HNWI's aquelas com mais de 30 milhões (MCANDREW, 2013).

75 A *ArtReview* é uma revista inglesa dedicada à arte contemporânea, provavelmente a mais antiga do gênero. Segundo a descrição do próprio *site* da revista, a *ArtReview* “*is one of the world's leading international contemporary art magazines. Founded in 1949, it is dedicated to expanding contemporary art's audience and reach. We believe that art plays a vital role in inspiring a richer, more profound understanding of human experience, culture and society today. Aimed at both a specialist and a general audience, the magazine features a mixture of criticism, reviews, reportage and specially commissioned artworks, and offers the most established, in-depth and intimate portrait of international contemporary art in all its shapes and forms.*” (ARTREVIEW, último acesso em 16/02/2018) A *ArtReview* publica 9 edições por ano, “*including two special focuses: The Power 100 and Future Greats. Additionally we publish a series of artist books, regional art guides and*

pessoa mais poderosa da arte no mundo, aos 30 anos de idade. Na época dizia-se que ela tinha cerca de \$1 bilhão anuais para investir em artes.

O ranqueamento de pessoas em listas das mais diversas é bastante comum nas artes visuais contemporâneas, sendo a *The power 100* da *ArtReview* a mais conhecida no Brasil. Segundo o sociólogo Alain Quemin, essas listas podem ser consideradas verdadeiros *players* da arte contemporânea e de seu mercado. Quando um ator brasileiro entra no *ranking*, por exemplo, gera-se uma rede de falas entre os demais atores (o que pude acompanhar no caso de [Adriano Pedrosa](#), curador brasileiro que entrou e saiu da lista duas vezes ao longo de minha pesquisa de campo. (ARTREVIEW, último acesso em 16/02/2018) Ser ranqueado é um reconhecimento da importância de uma pessoa no *global art market* e, ao mesmo tempo, um fato concessor de poder, uma vez que as pessoas aguardam essas listas, engendram falas e projetam ações através das mesmas. No artigo *The impact of nationality on the contemporary art market*, Alain Quemin (2015) analisa três listas influentes no mundo da arte, dentre elas a da *ArtReview*, versando sobre como o lugar a partir do qual esses atores atuam, bem como onde as listas são produzidas, afetam diretamente no ranqueamento desses atores poderosos.

Em *Jamais fomos modernos: ensaio de antropologia simétrica* (1994), Bruno Latour (que, aliás, consta na lista *2017 Power 100* da *ArteReview* como a 9ª. pessoa mais influente das artes visuais contemporâneas do mundo daquele ano),⁷⁶ pensando as relações entre as categorias local e global no que chama de redes técnicas, afirma que uma ferrovia é um local particular em cada um de seus pontos, mas é também global, em cada um desses mesmos locais, a partir do momento que pode transportar pessoas de um ponto ao outro. Para o autor, “o modelo da ferrovia pode ser estendido a todas as redes técnicas” (p. 115): de telefonia, ondas magnéticas e esgotos. Essas redes têm aspectos locais e globais que operacionalizamos e reconcilhamos diariamente: “as ondas magnéticas estão por toda parte,

supplements”. *The Power 100* foi criado em 2002 e é publicado anualmente em novembro, “*is the longest-running and most authoritative guide to the forces that are driving the international contemporary art scene. Artists, collectors, gallerists, critics and curators are ranked in order of influence in the world's definitive guide to the often invisible structure of the artworld today*” (id. *ibid.*). Os únicos brasileiros presentes na *2014 Power 100*, são, na 98ª. posição, Felipe Dmag, Pedro Mendes e Matthew Wood, sócios da galeria paulistana Mendes Wood DM; na 95ª., Bernardo Paz; na 93ª., Adriano Pedrosa, curador e diretor do MASP; e na 65ª., Luisa Strina, “one of the biggest and best consults to Brazilian art”. (ARTREVIEW, 2014) Na lista de 2017, destaco a saída de Adriano Pedrosa e Bernardo Paz do *ranking*; a ascensão de Luisa Strina para a 49ª. posição e o trio da galeria Mendes Wood Dm na 91ª., mesma posição da lista de 2016.

⁷⁶ Além de Bruno Latour na 9ª. posição, a *2017 power 100* traz Judith Butler na 48ª. e Donna Haraway na 3ª posição – ela já havia entrado na lista em 2016. (ARTREVIEW, 2017)

mas ainda assim é preciso ter uma antena, uma assinatura e um decodificador para assistir televisão a cabo”. (id. *ibid.*) Da perspectiva de Latour, ideias, saberes e fatos também podem ser analisados em suas redes. Pensando a arte contemporânea como uma rede, poderíamos refletir, por exemplo, que os diferentes pontos, cidades, localidades, vão uns em direção aos outros e suas conexões formam a *rede arte contemporânea* e, mais especificamente, a *rede mercado de arte contemporânea*. Misturando ainda mais as categorias local e global, as cidades dessa rede são, ainda, perpassadas umas pelas outras onde, através de certos eventos, uma cidade atravessa a outra. Por exemplo, exposições de artistas nova-iorquinos podem acontecer em Curitiba, exposições de artistas brasileiros podem acontecer em Nova Iorque. E, mais do que isso, os megaeventos da arte podem deslocar, mesmo que momentaneamente, os centros de poder e visibilidade (os lugares para os quais os atores do mercado se voltam), como é o caso das grandes bienais e feiras de arte que acontecem em diferentes cidades de diferentes países. Por exemplo: se São Paulo não é um grande centro do *global art market*, durante a SP-Arte uma parte mais significativa das atenções desse mercado (ou dessa escala de mercado) recaem sobre a cidade.⁷⁷

Nesse sentido, tensionando as reflexões sobre *locais mais locais e locais mais globais* anunciadas acima, poderia afirmar que, etnograficamente, é possível pensar aspectos globais da arte contemporânea olhando para qualquer cidade – Curitiba, São Paulo, Nova Iorque –, assim como poderia, encontrar os mesmos enunciados olhando para a estação central de Londres ou qualquer terminal em uma cidade interiorana da Rússia. É preciso tomar cuidado para que, ao “fragmentar” uma rede (ou uma estrutura), não se faça um procedimento estruturalista e se procure, nestes fragmentos, características estruturais sem uma estrutura. Segundo Latour (1995), diferente da perspectiva estruturalista, os elementos (ou, no caso do exemplo acima, as localidades particulares de uma rede) não são posições substituíveis uma pelas outras, uma vez que cada elemento de uma rede seria definido pela heterogeneidade de suas associações e associados e redefinidos a cada uma de suas conexões. E se cada entidade não é definida pela substituíbilidade de suas posições diferenciais, ela o é “pela lista de insubstituíbilidades e associações totalmente específicas de elementos que ele compõe”. (LATOUR, 1994, p. 11 – minha tradução)

⁷⁷ Para mais detalhes sobre essa discussão, ver FETTER, 2016.

1.3 cálculos, imagens e a produção de um mercado de arte contemporânea

Este item apresenta ao leitor uma reflexão sobre o crescimento do mercado brasileiro de arte contemporânea nos anos subsequentes à crise econômica mundial de 2008. Fomentado pelo governo brasileiro, por atores do mercado e por um contexto econômico local favorável frente ao catastrófico cenário econômico das grandes potências mundiais, o crescimento do mercado brasileiro de arte contemporânea gerou uma série de narrativas jornalísticas, que são apresentadas ao leitor na primeira seção deste capítulo, introduzindo-o ao ambiente discursivo sobre o qual essa etnografia se debruça.

Da perspectiva trabalhada neste texto, a ideia de crescimento do mercado brasileiro replicada na mídia e dentro do próprio mercado de arte passou por um esforço de cálculo, construção de análises e promoção de imagens de um mercado em crescimento. Tais cálculos, análises e imagens foram produzidos, em grande medida, através do projeto *Latitude – platform for Brazilian art galleries abroad*, que foi construído a partir de uma conjunção de esforços do governo brasileiro e de alguns atores do mercado de arte contemporânea, como exporei a seguir.

1.3.1 Projeto Latitude: uma plataforma de cálculo e promoção do mercado brasileiro de arte contemporânea

Se os estudos e relatórios que mensuram e analisam o mercado brasileiro de arte contemporânea importam porque, uma vez replicados, informam e guiam as ações de seus atores em âmbito local e global, ser capaz de produzir e divulgar seus próprios números e imagens de si é um recurso importante que permite a um mercado se representar segundo seus interesses. E foi isso que o governo brasileiro fez em parceria com alguns atores centrais de seu mercado de arte contemporânea.

Parte do esforço etnográfico desta pesquisa esteve em seguir institucional e documentalmente a formalização da Associação Brasileira de Arte Contemporânea (Abact) e a criação do projeto *Latitude*. Nas próximas linhas, sintetizarei parte do complexo de pessoas físicas e jurídicas e instâncias burocráticas (comitês, secretarias etc.) atreladas ao processo de constituição da Abact, do *Latitude* e de seus relatórios sem, no entanto, dar conta da mixórdia de conflitos narrativos e de temporalidade, de atores que aparecem e desaparecem

repentinamente desse processo, a fim de não tornar essa narrativa excessivamente confusa aos olhos do leitor distante do contexto estudado. Se a descrição que segue está aquém da complexidade do processo a que se refere, ela mostra como contextos de circulação de obras de arte podem envolver esforços em sua construção que muito extrapolam a produção desses objetos em si e que enredam atores de múltiplos domínios.

A Abact é uma organização sem fins lucrativos sediada na cidade de São Paulo e criada em 2007. Segundo seu *site*, a associação “reúne atualmente 46 galerias brasileiras de arte do mercado primário, localizadas em 7 estados brasileiros, representando mais de 1000 artistas contemporâneos.”⁷⁸ O processo de criação e constituição da Abact é um complexo emaranhado institucional que envolve pessoas jurídicas das mais diferentes “naturezas”: privadas, privadas de interesse público e públicas.

A Abact nasceu na esteira de políticas brasileiras voltadas para o desenvolvimento da chamada economia da cultura, uma das linhas fundamentais do programa *Mais Cultura* do Ministério da Cultura (MinC) do governo do então presidente Lula. Lançado em 2007, o programa teve como intenção colocar “a cultura em um outro patamar, como prioridade para o desenvolvimento brasileiro”, conforme afirmavam o então ministro da cultura, Gilberto Gil, e seu secretário executivo e futuro ministro, o sociólogo Juca Ferreira. (GIL; FERREIRA, 11/11/2007) A ideia da dupla era trabalhar em “três dimensões”, (a) garantindo o livre acesso aos serviços e produções culturais; (b) melhorando a qualidade de vida do país através desses serviços e produções; (c) fomentando a economia da cultura, “que hoje é o setor que mais gera emprego e renda no mundo”. (id. *ibid.*) No que tange a essas duas dimensões, uma estratégia desse governo foi investir financeiramente em setores *mainstream* da arte (como o mercado de arte contemporânea), dadas suas possibilidades de gerar empregos e renda. Dentro do escopo dessa segunda linha de ação do MinC e antes mesmo do lançamento do Mais Cultura, corria dentro do ministério, desde 2006, o projeto de um programa chamado de Brasil Arte Contemporânea (BAC). Seu objetivo era “divulgar as obras artísticas brasileiras e aumentar as exportações das artes visuais nacionais” (PORTAL BRASIL, 07/02/2012), tendo como público-alvo “galerias de arte contemporânea que

78 Disponível online <http://abact.com.br/abact-missao>, acessado em 07/11/2016. Segundo minhas anotações pessoais, no início de 2016, os números divulgados eram de 52 galerias presentes em 8 estados brasileiros – algumas das galerias associadas fecharam suas portas ao longo dos últimos dois anos.

organizam exposições periódicas de seus artistas dentro e fora do espaço da galeria”. (id. *ibid.*) Tal projeto envolvia diferentes parceiros, como a “Agência Brasileira de Promoção de Exportação e Investimentos (Apex-Brasil),⁷⁹ o Ministério das Relações Exteriores e agentes do mercado de artes do Brasil” (id. *ibid.*), estes últimos representados pela Fundação Bienal de São Paulo (FBSP, responsável pela organização da Bienal que dá nome a ela e gestora do espaço expositivo onde ela acontece)⁸⁰ até que consolidassem uma associação representativa dos mesmos (que viria a ser a Abact).

A ação atrelada à proposta do BAC que mais chamou a atenção pública, repercutindo na imprensa e dividindo opiniões, foi o apoio à presença do Brasil na 27ª Feira Internacional de Arte Contemporânea de Madrid (Arco'08). Como país convidado, dentro da programação do ano do Brasil na Espanha, o Brasil financiou a participação na feira de 32 galerias e 108 artistas. (MinC, sem data) Apesar disso, o BAC só foi oficialmente criado pelo Estado brasileiro em 2009 (momento em que foi publicado no Diário Oficial da União, DOU). “Na mesma portaria, foi criado o Comitê Brasileiro de Internacionalização e Economia da Arte Contemporânea” (CBIEAC) ([MINC, 09/09/2009](#)), que visava, “em especial, criar estratégias para a ‘normatização’ do comércio internacional de arte, além de apoiar galerias e instituições colecionadoras como forma de fomento ao lugar da produção brasileira no mercado internacional”. (TATUÍ, 2011, p. 38) O CBIEAC era o executor do BAC que, por sua vez, era coordenado pela Secretaria de Políticas Culturais do Ministério da Cultura (SPC/MinC)⁸¹.

Durante as duas primeiras gestões do BAC (de 2007 a 2009 e de 2009 a 2011), a Fundação Bienal de São Paulo fez, em caráter provisório, o papel de representante do setor, enquanto as galerias consolidavam uma associação. ([FERNANDES, 2013](#), p. 3) Conforme me explicou uma ex-gerente do projeto Latitude, embora a Abact hoje abrigue o projeto Latitude

79 A Apex-Brasil é uma agência vinculada ao Ministério das Relações Exteriores que tem como principal objetivo “promover produtos e serviços brasileiros no exterior e atrair investimentos estrangeiros para setores estratégicos da economia [...] fortalecendo a marca Brasil”. ([APEX-BRASIL](#), acessado em 10/02/2018).

80 Criada em 1951, a Bienal de São Paulo está em sua 52ª edição e é considerada por muitos, junto à Bienal de Veneza e à Documenta de Kassel, um dos três principais eventos do circuito artístico internacional.

81 O *site* da Apex-Brasil de 2013 afirmava que o objetivo do Projeto Setorial para Promoção das Artes Contemporâneas Brasileiras, realizado em parceria com a Abact, era “ser o líder da América Latina em visibilidade e exportações de obras de arte contemporânea, ampliando nossa participação no mercado internacional com ações de impacto, principalmente nos países formadores de opinião”. ([FERNANDES, 2013](#), p. 03)

(que é a versão atual do BAC, sem a presença do MinC), ela foi construída por uma demanda do próprio projeto, e não ao contrário. Sem uma associação que as representasse, as galerias não teriam acesso aos recursos do Estado (via Apex-Brasil) para investir na sua internacionalização. E internacionalizar não significava crescer apenas para fora, uma vez que, “na busca de crescer para fora, o mercado interno cresce também”. (diário de campo, julho de 2014)

Em 2011, o BAC mudou de gerência, saindo das mãos da FBSP (e muito provavelmente também do CBIEAC que, a partir de então, desaparece das narrativas que encontrei sobre o programa) e vai à Abact. Em 2012, o BAC foi rebatizado como *Latitude – Platform for Brazilian Art Galleries Abroad*. (Abact, último acesso em 14/02/2018) Nesse momento, a Abact, juntamente com a Apex-Brasil (que já cooperava o BAC e passa a coadministrar e cooperar o Latitude), em contrapartida ao dinheiro do Estado a ser empregado no Latitude, se compromete com a continuidade ao BAC.

E, assim, desse imbróglio institucional onde secretarias e programas são criados (por vezes uns dentro dos outros) e são desfeitos, realocados e mudam de nome; onde pessoas físicas e jurídicas e instâncias burocráticas (comitês, secretarias etc.) aparecem e desaparecem das falas públicas sobre a máquina estatal como se por lá não houvessem passado, onde temporalidades surgem de modo conflitante nas diferentes narrativas, onde programas atuam antes mesmo de existirem oficialmente, foi que chegamos ao atual estado das coisas: o programa Latitude, gerido pela Abact e realizado em parceria com a Apex-Brasil.

1.3.2 o mercado e seus indicadores: mensurar para criar

O Latitude é o coração da Abact. Por mais que conste no site da associação como um dentre outros projetos seus (publicações, cursos de aperfeiçoamento, seminários), o Latitude concentra os principais esforços da entidade além de, como mencionado anteriormente, ter sido o mote de criação da mesma, quando ainda era chamado de BAC e estava sendo tutelado pelo MinC. As ações que o Latitude realiza são de diferentes tipos: apoio à participação em feiras; missões prospectivas para conhecer mercados potenciais; *art immersion trips*, que trazem ao Brasil formadores de opinião, clientes potenciais (para, por exemplo, fazer circuitos *vips* entre feiras, bienais e instituições de arte); promoção internacional; comunicação; capacitação das galerias para atuar no mercado internacional; e, a

parte sobre a qual tenho particular interesse, produzir e divulgar dados sobre o mercado, a inteligência comercial.

A inteligência comercial é

área de atuação da equipe do Projeto que visa à construção constante de base de dados e documentos para instrumentalizar o Comitê Gestor para tomada estratégica de decisões. Os principais produtos de acesso coletivo da Inteligência Comercial são: pesquisa Setorial, estudos de mercado, acompanhamento e análise histórica do programa. (LATITUDE, sem data)

De todas as ações da inteligência comercial, a mais visível publicamente e a que mais chamava minha atenção era a produção da pesquisa setorial. Lançada anualmente entre 2012 e 2015, a pesquisa teve, no período referido, quatro edições que apresentavam o balanço de informações fornecidas pelas galerias sobre obras vendidas (quantidade, valores etc.); os artistas representados (quantidade, nacionalidade etc.); os perfis de seus de clientes (públicos ou privados, pessoas físicas ou jurídicas, nacionalidades etc.); seus investimentos e suas despesas; as feiras que frequentaram (quantidade, localidades); as facilidades e as dificuldades enfrentadas; as contratações e as demissões da galeria etc. A ideia era que os resultados dessa pesquisa, em especial quando comparados ano a ano, dessem a “conhecer o perfil, os modos de funcionamento, a escala, os indicadores de crescimento e inserção internacional das galerias, assim como entender e monitorar os fatores determinantes do desenvolvimento do setor” (LATITUDE, sem data) para, assim,

dotar o Projeto Latitude e a Abact de informações detalhadas para o planejamento e desenvolvimento de suas atividades [...] Além de servir aos próprios galeristas e à Associação para pautar ações de melhoria e expansão dos negócios nacional e internacionalmente, a pesquisa é um instrumento indispensável de informação para agentes do sistema das artes, gestores públicos, parceiros, mídia especializada e demais interessados.” (FIALHO, 2014, p. 10)

Tais palavras aparecem, com pequenas variações ou não, em todos os relatórios publicados até 2015.

Mas, para além de utilizar as informações da pesquisa setorial para orientar ações individuais ou coletivas, é nítido o esforço do projeto em promover imagens de um mercado em crescimento. “Esse não é um projeto comercial no sentido de que a gente só apoia ações comerciais. Esse é um projeto de promoção”, afirmou em uma entrevista a ex-

gerente do projeto, Mônica Novaes Esmanhoto. (in FETTER, 2016, p. 253) E faz parte dessa promoção a disponibilização pública em português e em inglês dos relatórios lançados pelo projeto até 2015. Afinal, também está entre os objetivos da pesquisa, “*being a source of objective, organized and trustworthy data on the sector for the agents of the art system, public managers, partners, specialized media and other interested parties*”. (FIALHO, 2014, p. 10) E, além de disponibilizar os relatórios e suas imagens do mercado brasileiro, é preciso divulgá-los. Tal divulgação foi feita através de matérias jornalísticas, da publicação de análises sínteses do relatório em revistas especializadas (de autoria da própria Ana Letícia Fialho) e através da realização de falas da autora em eventos como feiras de arte. Os espaços atrelados às feiras de arte nacionais e internacionais, em especial as internacionais, são considerados “plataformas inegavelmente essenciais de disseminação de conteúdo” (Mônica Esmanhoto, in FETTER, 2016, p. 253) e espaços privilegiados de divulgação e composição pública de imagens sobre o mercado de arte, uma vez que congregam, em um mesmo lugar, diversos atores diretamente relacionados ao mercado ou com influência sobre ele, provenientes e atuantes em diferentes localidades. Em se tratando da arte contemporânea brasileira, segundo Mônica Esmanhoto, é “preciso promover para construir essa ponte, conhecimento, no caso, sobre a nossa produção lá fora, para que isso viabilize a relação comercial a longo prazo” (id. *ibid.*) – ou seja, para fomentar o mercado brasileiro no *global art market* é preciso disseminar conhecimento sobre a produção artística.

Considerando o acima colocado, temos aqui dois pontos: o primeiro, que é preciso criar imagens suficientemente confiáveis e mensuráveis de um mercado para poder agir sobre ele e para que ele se torne visível e, em última instância existente, digno de ser nominado frente ao mercado global – lembrando que essas imagens devem atender aos interesses comerciais de seus atores, conforme podemos apreender nas reações aos dados trazidos pelo relatório da Tefaf. O segundo ponto é que, para efetivamente existirem e circularem, essas imagens precisam ser divulgadas, replicadas. Começemos pelo primeiro ponto.

Ao versar sobre a pesquisa setorial do Latitude, os operadores do mercado e seus analistas reafirmam constantemente seu ineditismo por sua proposta pela possibilidade comparativa do mercado ano a ano e pelos dados que produz com a colaboração de galerias, que não forneceria certas informações que não dentro do escopo de um estudo do qual elas são as contratantes. É no e pelo Latitude que as galerias respondem questionários que são

mantidos sob sigilo. Os dados publicados pelo projeto não versam sobre galerias específicas, mas sobre a coletividade das galerias que o integram, respeitando seus interesses na divulgação dos dados.

Apesar do acima colocado, a pesquisa setorial Latitude não foi o primeiro esforço de mensuração e análise do recente contexto do mercado brasileiro de arte. Em 2010, o colecionador de gravuras e economista George Kornis e o economista Fábio Sá-Earp produziram, sob encomenda do MinC e através da Fundação Nacional das Artes (Funarte), um relatório de mais de 400 páginas intitulado *Estudo da Cadeia Produtiva das Artes Visuais – Relatório final consolidado* (2010). Este relatório dedica-se a uma análise muito mais abrangente do que a do mercado primário de compra e venda de obras de arte contemporânea, com pretensões de abarcar também o mercado secundário, a produção, o fomento e a exposição institucional de arte etc. Sem acesso a dados mais específicos do mercado de compra e venda (quantidade de peças vendidas, valores movimentados etc.), o estudo valeu-se de fontes de cálculo oficiais, como o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), que não trabalham diretamente com dados relativos ao consumo (em ampla acepção) e fluxos econômicos das artes visuais. O relatório de Sá-Earp e Kornis estimava que tínhamos no Brasil, na época em que foi feito, “0,25% do mercado mundial de artes visuais – míseros 1/400” (SÁ-EARP; KORNIS, 2010, p. 93) e foi, da perspectiva de algumas pessoas, engavetado. Segundo me informou uma então funcionária do MinC, o estudo deveria ser publicado pelos contratantes da pesquisa e “divulgado oficialmente por se tratar de um documento público”. (diário de campo, 2014) Mas, as instituições contratantes não divulgaram o trabalho e não permitiram que seus autores o fizessem. Segredos e controle de informação, no mercado da arte contemporânea, parecem ultrapassar os interesses privados e alcançar esferas públicas.⁸²

Certo dia, perguntei a uma pessoa que havia trabalhado no MinC na época que o relatório acima citado estava em produção, o porquê de a pesquisa em questão ter sido encomendada. Ela respondeu que era “*preciso mensurar o mercado para criar políticas públicas sobre ele*”. (diário de campo, abril de 2014) Questionei se era de fato possível

82 Parece-me, baseada em conversas com diferentes atores, que houve dificuldades de comunicação no que tange às expectativas e demandas informacionais do governo e os interesses (ou possibilidades) de pesquisa dos autores, bem como em função do *gap* entre o prazo burocrático para a realização da pesquisa e o tempo de construção da mesma.

produzir números relativamente precisos sobre um mercado não regulamentado. A resposta foi “*não*”, mas que “*era necessário começar a calcular para regulamentar*”. (id. *ibid.*)⁸³

Falas informais, fofocas e acusações entre os agentes da arte contemporânea em torno de vendas sem notas fiscais, formação de caixa dois e lavagem de dinheiro foram muito presentes no campo desta pesquisa. Vez por outra essas falas extrapolavam a informalidade e o plano especulativo e ganhavam, com a ampla divulgação midiática desses casos, uma notoriedade e uma “existência concreta” – e, ao mesmo tempo, funcionavam como indícios reais sobre a existência de tantas outras práticas similares. Um exemplo é a coleção do banqueiro Edegar Cid Ferreira (Banco Santos), que chegou a presidir a Fundação Bienal de São Paulo entre 1993 e 1997. Edegar foi denunciado e acusado de “lavagem de dinheiro, desvio de recursos, evasão de divisas, ocultação de obras de arte e contabilidade paralela” (BARROS, 08/04/2007), dentre outras coisas, ostentando uma suntuosa coleção de arte e antiguidades e atuando como mecenas das artes visuais. E, bem mais recentemente, ganharam visibilidade as mais de 270 obras usadas como propina apreendidas ao longo de 2015 na Operação Lava Jato.⁸⁴ Em nenhum momento encontrei, em campo, situações que me colocassem frente a frente com esse mercado informal. Por exemplo, embora tenha ouvido muitas vezes sobre as vendas sem notas fiscais ou com notas fiscais com valores adulterados como uma prática recorrente no mercado de arte (e não apenas brasileiro), nunca ninguém me disse ter comprado ou vendido obras de arte sem documentar tal venda – provavelmente porque tais práticas não estão acessíveis a pessoas “de fora” das mesmas.

Mas, considerando, de um lado, as falas não oficiais, mas incisivas, sobre a informalidade do mercado e, de outro lado, os esforços de cálculo para mensurar o mercado de arte contemporânea, durante a pesquisa de campo debati com meus interlocutores analistas

83 Embora isso já tenha sido debatido em grande medida na introdução desta tese, cito aqui a percepção de Fetter a respeito: “Parte das transações efetivadas no mercado de arte ocorrem de maneira informal, onde não há a emissão de recibos ou notas fiscais; em outras situações, a emissão desses documento apresenta valores inferiores aos efetivamente praticados, para se reduzir a incidência de tributos. Esses números encerram narrativas sobre tendências, jogam luz sobre procedimentos, mas, acima de qualquer coisa, tais números contam histórias sobre relações de poder, sobre quem escreve essas histórias, como elas são escritas, a relevância de certos assuntos, bem como o esquecimento de outros.” (2016, p. 60)

84 A Lava Jato é uma operação de investigação da Polícia Federal do Brasil contra esquemas de corrupção envolvendo a Petrobrás, uma das maiores empresas estatais brasileiras. Alguns dos envolvidos nesses esquemas teriam recebido obras de arte como parte das propinas. Para muitos, a operação está na base de um golpe jurídico-midiático em curso no Brasil e que recentemente depôs a presidenta eleita Dilma Rouseff.

de mercado, interessados nessas análises ou, ainda, fomentadores das mesmas, “a possibilidade efetiva” de quantificar os fluxos financeiros e de obras de arte dentro do mercado em questão. Até onde pude compreender, é quase um consenso entre esses interlocutores que tais números não condizem com qualquer totalidade dos fluxos financeiros envolvendo obras de arte – tendo em vista as vendas informais e, portanto, não documentadas e não explicitáveis pelas galerias, bem como a dificuldade no levantamento de dados precisos mesmo sobre as movimentações financeiras realizadas dentro dos parâmetros legais das galerias em função de seus interesses e estratégias comerciais particulares envolvidos na abertura de tais informações. Muitos defendem, no entanto, que os números produzidos pelas pesquisas funcionam como indícios para se pensar o mercado de brasileiro de arte contemporânea. E, mais do que isso, que esses esforços de cálculo contribuem com a formalização desse mercado,⁸⁵ pois, para regulamentar um mercado, é preciso construir números sobre ele, produzir indícios factuais de sua existência. E aqui, me parece, voltamos à lógica das falas relativas ao mercado enquanto produtoras do próprio: **ao produzir números sobre o mercado, produz-se também esse mercado, e por isso números que são desinteressantes à lógica do mercado em ascensão precisam ser obliterados.**

Nessa altura, considero importante elucidar que, na prática, não existe um único mercado de arte, mas uma pluralidade de mercados que podem dizer respeito a tipos de obras específicas (pintura, gravura, fotografia...), a grupos de artistas específicos (a exemplo da geração 1980)⁸⁶, a amplitude/contextos de circulação (*global art market*, mercado brasileiro de arte contemporânea, mercado latino-americano...), aos meios de trocas (*internet*, galerias...), dentre outros recortes possíveis. Refiro-me genericamente nesta tese a um mercado de arte, no singular, para por um lado falar de um recorte específico (esse que em alguns momentos defino como um mercado *mainstream*, brasileiro e primário de arte contemporânea que, como todos os exemplos de recortes possíveis acima citados, é formado por outros tantos mercados), por outro porque é assim que grande parte de meus interlocutores

85 Em suas falas públicas sobre o projeto Latitude, particularmente sobre a pesquisa setorial, os representantes da Abact sustentavam que entre os interesses da associação estava a progressiva formalização do mercado e fomento a este mercado formalizado. Parece-me, no entanto, que o fomento ao mercado formal acaba incentivando também a faceta não regulamentada do mercado, uma vez que esta segunda inevitavelmente se beneficia de qualquer tipo de valoração da arte contemporânea brasileira – até mesmo porque esse mercado informal pode não ser necessariamente um mercado outro, mas uma outra ‘faceta’ do mercado formal, em partes com os mesmos atores.

86 Mais sobre o assunto, ver tese de Leonardo Bertolossi (2015).

se referem a ele – o que é, certamente, um esforço reflexivo de formar uma imagem desse contexto de relações entre pessoas (físicas e jurídicas), entre pessoas e coisas, de trocas, de falas (etc.) que vivem (e que fazem viver).

O mercado de arte não é algo dado e conhecido de antemão e enquanto totalidade. E as pesquisas que mensuram mercados constroem, como elas mesmas afirmam, indicadores do que seria esses mercados enquanto “um todo”. Mas, quando dizem “mercado de arte”, os atores desta pesquisa fazem, de alguma forma, um esforço de totalização de uma série de relações, trocas, lugares, números (etc.). Oficialmente, essa imagem do mercado enquanto um todo só pode ser construída, em partes, graças aos *esforços especulativos* sobre ela, que a partir dos indicadores/indícios produzidos pelas pesquisas a projetam de forma interessada – como a própria Fialho (2013) alertou em relação ao relatório de 2013 da Tefaf. O termo especulativo, aqui, diz respeito ao esforço imaginativo necessário para produzir imagens totais dos mercados construídas a partir de indicadores numéricos que se referem a uma parte específica desse mercado (no caso da pesquisa setorial em questão, as galerias associadas à Abact, e mais especificamente, os dados que essas galerias forneceram para a pesquisa setorial). Esses indicadores são construídos por especialistas com suas metodologias científicas e, tomados como coisas dadas, ganham o estatuto de fatos – de uma verdade, de uma realidade. Como bem afirma Fetter (2016), uma vez divulgados, esses indicadores produzem uma base comum que permite formar imagens de mercado minimamente compartilhadas – muito embora essas “imagens finais” nunca sejam as mesmas. Essas imagens totais, por sua vez, também são construídas por especialistas e, principalmente se comparadas entre si em diferentes momentos, podem apontar tendências e possibilidades de movimentos futuros do mercado de arte em questão que, utilizando as palavras de Michael Herzfeld, em seu comentário sobre o livro de Holmes (2014),⁸⁷ podem tornar-se, uma vez publicizadas e replicadas pela mídia, “*self-fulfilling prophecies*”. E, assim, as retóricas e narrativas especializadas “*shape, rather than follow*” o mercado de arte⁸⁸ – muito embora sua força de construção desse mercado não seja absoluta e passe por outros tantos atores, com tantos outros interesses (caso contrário não haveria crises ou derrocadas). Por isso é preciso controlar, na medida do possível, o que se fala sobre o mercado de arte, explicitando alguns

87 Publicado na 4ª. capa do livro *Economy of words*. (HOLMES, 2014)

88 Exemplo disso é o já citado caso da pesquisa de Alain Quemin, os dados de pesquisa não favoráveis aos artistas franceses e a reação do ministério da cultura francês narrada pelo pesquisador.

indicadores e obliterando outros. Por exemplo: como bem observou Fetter (2016, p. 60), no relatório divulgado em 2015, relativo ao ano de 2014, não foi publicada a taxa de crescimento do mercado brasileiro. Os relatórios anteriores não só traziam essa porcentagem, como tal número estrelava as notícias sobre os lançamentos dos mesmos. Ao contrário dos anos anteriores, 2014 apresentou indícios de uma retração do mercado brasileiro de arte. O relatório sobre esse ano destacou outras informações, como a porcentagem de galeristas que atestavam a continuidade do crescimento do setor. Aos meus olhos, foi uma estratégia para não fornecer indicadores de retração (de crescimento) do mercado e, assim, endossar uma imagem de retração já informalmente em circulação naquele ano nas falas de bastidores do mesmo – o que iria colaborar com a efetiva retração do mercado.⁸⁹

Os indicadores publicizados pela pesquisa setorial do Latitude são acompanhados de sua análise, ou seja, de uma imagem projetada do que seria o estado do mercado naquele momento. Chama minha atenção o fato de que, para compor as imagens do mercado de arte contemporânea que lhe permitam agir sobre ele, o Latitude aciona recursos/tecnologias de produção de conhecimento de áreas que extrapolam a “Arte”,⁹⁰ ou somam a ela outras áreas de conhecimento, em especial a sociologia. Muito tem-se discutido e publicado na antropologia a respeito das colaborações e trocas entre a antropologia e a arte (SANZI, 2015; FILLITZ, 2015; GRIMSHAW; RAVETZ, 2015), tanto em direção da arte para a antropologia, (no que tange à reflexão e construções/apresentações das etnografias, por exemplo), quanto, e principalmente, na direção da antropologia para a arte, em especial através de práticas e estratégias etnográficas acionadas por artistas em suas produções. Mas refletimos menos sobre as trocas da arte com nossa disciplina vizinha, a sociologia, com a qual compartilhamos inúmeras categorias conceituais e que parece ser dominante em determinados circuitos analíticos e de produção teórica das artes.⁹¹ Analistas da arte utilizam categorias analíticas sociológicas nos cálculos do mercado da arte contemporânea, em sua

89 Isso não acontece apenas no mercado brasileiro primário de arte contemporânea. Como coloca Jan Dalley, “muitos profissionais do mundo da arte relutam em prestar declarações sobre os reveses e fracassos do mercado leiloeiro: notícias incessantemente boas são obrigatórias em um universo dominado pela opinião e a reputação”. (05/01/2018)

90 Utilizo aqui o termo Arte com “A” para enfatizar o caráter holístico que por vezes os atores desta pesquisa atribuem ao termo.

91 Dada a presença de sociólogos da arte em departamentos e programas de pós-graduação em artes visuais, ou o acionamento da sociologia por pessoas não sociólogas que pesquisam e teorizam sobre arte (como é o caso do Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais do Rio Grande do Sul, de minha interlocutora Bruna Fetter e alguns de seus colegas).

própria composição de mundo, tomando-as das ciências sociais para si. E como antropóloga, as reencontro e transformo, da perspectiva antropológica, em categorias nativas.⁹²

1.3.3 replicando falas e projetando imagens

E aqui volto ao ponto com o qual abri o presente capítulo: a grande mídia e as retóricas do vertiginoso crescimento do mercado brasileiro de arte no início dos anos 2010. Ao contrário do *Estudo da Cadeia Produtiva das Artes Visuais – Relatório final consolidado* (2010), que foi “engavetado” pelos seus financiadores, a sequência de relatórios do Latitude, a partir dos dados fornecidos pelas galerias, versando sobre crescimentos galopantes do mercado, foram amplamente divulgados na mídia especializada. O lançamento de cada uma das edições da pesquisa setorial foi acompanhado de matérias sobre elas em veículos de comunicação que são referências para os atores do mercado. Essas matérias apresentavam, de maneira geral, os resultados da pesquisa em números e replicavam suas análises e conclusões. O *Estudo da Cadeia Produtiva (...)* e a pesquisa setorial do Latitude não são absolutamente comparáveis, seja no que tange aos dados primários com que trabalharam, recortes, indicadores que constroem, ou em sua continuidade ao longo do tempo. No entanto, ambos produziram imagens do mercado brasileiro de arte contemporânea. Mas apenas a pesquisa Latitude, que gerou narrativas na grande mídia, replicando a imagem que construiu e que foi reproduzida em eventos especializados ou voltados ao público do mercado da arte (como conversas e palestras nas feiras de arte), tornou sua perspectiva hegemônica sobre esse mercado. A divulgação das pesquisas na mídia e o falar sobre as pesquisas foram fundamentais para que as imagens produzidas pelos especialistas se tornassem públicas e ganhassem alguma força constitutiva do próprio mercado.

Produzindo dados sobre o crescimento do mercado brasileiro em um momento de crise mundial e com economias decrescendo, o Brasil oficialmente “entrou no mapa” do mercado mundial de arte (termo que aparece em diferentes momentos em narrativas sobre o assunto).⁹³ Como já colocado na introdução deste texto, ao produzir a pesquisa setorial sobre o

92 Talvez de modo não muito distante ao qual as mulheres fiji envolvidas no que chamavam de redes de cooperação, estudadas por Annelise Riles em *Network Inside Out* (2001), utilizaram o conceito de “rede” dos sociólogos modernistas na construção de suas próprias redes.

93 Mariana Queiroz Fernandes chamou a atenção para o fato de que “a divulgação do projeto Latitude deve ser vista com cautela, pois elas cumprem a função de promoção do crescimento do mercado de galerias. Por exemplo, no *site* do projeto há dados que apontam um crescimento de 350% do volume total das exportações da galerias entre 2007 e 2012, mas essa estatística não leva em consideração o

mercado brasileiro de arte contemporânea, os atores do mercado não apenas construíram informações sobre si, mas sua visibilidade – a exemplo de sua inserção no *Tefaf art market report 2013*, saindo da categoria “outros” e se transformando em alguém nominado e que detém uma parcela do mercado global, mesmo que módicos 1%. Se, como me disse certa vez o galerista Paulo Nóbrega ao ler meu projeto de pesquisa, “*o mercado de arte contemporânea não existe, ele é o que se fala que ele é e o que se acredita que ele é*” (diário de campo, setembro de 2012), eis uma situação em que os esforços de reflexão e mensuração produzem o próprio “objeto” de reflexão e mensuração. São as reflexões sobre o mundo agindo sobre o mesmo. (LATOURET, 1994, 2013; RILES, 2001) Isto, aliás, incide sobre o fato de as falas sobre o mercado de arte poderem ser pensadas também como construtoras desse mercado. Tanto o é, que parece haver um esforço constante por parte de alguns atores para controlar as retóricas e informações que se propagam, especialmente para a grande mídia, mas também para outras escalas de circulação da informação.

Para além das falas de crescimento, me deparei com diferentes situações que funcionaram como pistas para tal hipótese. Como, por exemplo, estar presente na abertura de uma grande feira de arte em que diferentes galeristas observaram, um tanto quanto frustrados, que o primeiro dia do evento estava mais vazio e teve menos vendas que nos anos anteriores,

aumento no número de galerias associadas (de 5 para 47 galerias). Sendo assim, alguns dados apresentados carecem de critérios comparativos e referências mais precisas.” (FERNANDES, 2013, p. 07) Bruna Wuff Fetter (2014), em um artigo especificamente sobre o projeto Latitude, chama a atenção ao mesmo fato observado por Fernandes. Coloco aqui dois pontos: grande parte das vendas no exterior parecem ser realizadas pelas galerias *mainstream* do mercado que já trabalhavam o mercado internacional na época de criação do BAC e, portanto, foram as primeiras a se inscrever nesses programas. Outro fato interessante é que, dizem, vender no exterior ou para pessoas que moram fora do país, não significa, necessariamente, vender para estrangeiros. Ao contrário, muito se fala de que parte significativa da venda das galerias brasileiras em feiras internacionais é feita para brasileiros que visitam feiras em outros países e lá compram obras de arte de brasileiros, pessoas que têm casas em diferentes países, pessoas que moram fora do Brasil. Em contraponto a isso, a pesquisa setorial Latitude divulgada em 2014 (referente a 2013), afirma, a partir de uma pesquisa feita com 105 colecionadores internacionais via questionários *on-line*, que 58% desses colecionadores compraram arte brasileira moderna ou contemporânea. Dentre estes, afirma ainda que as “feiras de arte no exterior são o canal mais importante para se encontrar e comprar arte brasileira: 62,5% dos colecionadores entrevistados compraram arte brasileira por meio de feiras de arte fora do Brasil, 25% compraram de alguma galeria no exterior, 19%, de alguma galeria no Brasil, 12,5% compraram em algum leilão fora do Brasil, e 12,5%, em alguma feira de arte no Brasil.” (PETTERSON, 2014, p. 46) O mesmo relatório coloca que “79% dos colecionadores internacionais disseram que a ‘burocracia do sistema de exportação brasileiro’ é um grande impedimento ao desenvolvimento do mercado de arte brasileiro, seguidos de 65%, que apontaram ‘os altos custos logísticos’ como um impedimento, e 43,5% disseram que ‘os altos impostos’ os impedem de se envolver mais com esse mercado”. (id. *ibid.*, p. 45)

o que de fato assim me pareceu, e ler em um jornal de grande circulação que essa abertura havia sido um grande sucesso de público e vendas. (caderno de campo, 2013) Ou quando um galerista disse que fez vendas incríveis em uma feira internacional, a ponto de esgotar tudo o que havia levado para o evento, e outro galerista confidenciou que, na mesma feira, nenhuma galeria vendeu nada ou quase nada. (caderno de campo, 2014) Ou, ainda, quando um artista afirmou, em uma determinada situação, que seus trabalhos estavam vendendo muito bem e, em outro momento, me deu a informação oposta sobre o mesmo momento – e, quando questionado a respeito da “contradição”, explicou que não se deve dizer por aí que não está vendendo bem porque isso leva a, de fato, não vender bem. (caderno de campo, 2012) Independentemente da veracidade de cada uma dessas afirmações e dos interesses dos atores em questão, cuida-se das palavras ditas e replicadas sobre o mercado, porque essas palavras formam imagens parecem efetivamente incidir sobre ele. Afinal “*o mercado de arte não existe [em si], ele é o que o que as pessoas acreditam que ele é*”. Embora imagine que nenhum mercado “exista em si”, mas sim enquanto “efeito” de uma série de falas e de práticas, nunca enquanto ente, entendi que o mercado de arte é uma construção de seus operadores e atores, composta por obras de arte e pessoas físicas e jurídicas, mas também, em grande medida, por retóricas sobre o próprio mercado, pelas diferentes imagens que são construídas sobre ele. Na antropologia sabemos bem que fatos, inclusive jurídicos e científicos (LATOUR, 1994), são construções narrativas e imagéticas. (RILES, 2001) E, em se tratando de economia não é diferente:

words perform the decisive function of creating context—countless contexts—that frame data series, statistical measures, and econometric projections. [...] words are employed not merely for expressing interpretative accounts or commentaries: they create the economy itself as a communicative field and as an empirical fact. (HOLMES, 2009, p. 411)

Pois bem, considerando essas formas de agenciamento do discurso sobre arte contemporânea e vendo como enfim elas se entrelaçam ao problema do “mercado” – criando a própria solidez de imagens categóricas como a de “centro(s)/periferia(s) –, passemos ao que nos coloca, em tese, como o centro de organização desses vetores, ou pelo menos o que seria a força de gravidade mais intensa que atua sobre estas forças todas, que é o colecionador. Mas, antes, visitemos o evento no qual o mercado disperso país e mundo afora se condensa durante alguns dias: a feira de arte.

CAPÍTULO 2

A FEIRA DE ARTE

“*Dayana, se você quer estudar o mercado de arte, olhe para as feiras. Elas são o fenômeno da década*”, me disse, em 2011, Tony Camargo. E foi com ele (e a convite dele) que visitei, pela primeira vez, a SP-Arte – Feira Internacional de Arte de São Paulo, ainda em 2011. Eu que, até então, havia pisado em poucas galerias de arte – e a maior parte dessas ocasiões nas duas galerias comerciais de arte contemporânea que havia até então em Curitiba, a [Ybakatu](#) e a [Casa da Imagem](#)⁹⁴ –, fiquei bastante impressionada com o porte do evento e com a quantidade de galerias nele presentes. Naquele ano a feira contou com a participação de 88 galerias brasileiras e mais sete galerias internacionais (SP-ARTE, 2011) e, em 2015, em sua 11ª. edição, chegou a ter a participação de 140 galerias ([SP-ARTE, 08/01/2015](#)), número que declinou para 120 em 2016. ([SP-ARTE, 26/01/2016](#))

A opinião de Tony sobre a importância das feiras no atual contexto das artes visuais contemporâneas não é isolada, diferentes atores a compartilham. Tal importância é, inclusive, destacada em várias narrativas especializadas (THORNTON, 2010; CURIONI, 2012), relatórios sobre o mercado de arte (FIALHO, 2013, 2014 e 2015, SÁ-EARP; KORNIS, 2010), teses de doutorado. (FETTER, 2016; BERTOLOSSI, 2015; STOCCO, 2016) Afirma-se que grandes galerias chegam a fazer 70% de suas vendas anuais através das feiras e não de suas sedes físicas. Ou seja, é por meio das feiras que parte significativa das obras de arte contemporânea circula, tanto no sentido de ser transportada e exposta em diferentes cidades, países e continentes, como no sentido de “mudar de mãos”, ir das galerias que representam seus artistas a seus novos proprietários, desejavelmente colecionadores.

As feiras de arte são, a cada ano, mais numerosas mundo afora, particularmente a partir dos anos 2000, quando “se consolidaram como uma plataforma relevante para a

94 Ainda em 2011, em espaço anexo a uma das principais galerias de arte moderna da cidade, e enquanto um projeto da mesma família de *marchands*, foi inaugurada a [SIM Galeria](#), em termos de idade, a terceira “grande” galeria comercial de arte contemporânea da cidade. Em 2015 inaugurou a galeria Diretriz Arte Contemporânea, rebatizada de [Zuleika Bisacchi Galeria de Arte](#) em 2016. Também em 2015 inaugurou a [Boiler](#), galeria de porte menor que as anteriormente citadas. Outra galeria que tem atuado em Curitiba desde março de 2014 é a [Farol Galeria de Arte e Ação](#), que teve uma sede física até final de 2016 no centro de Curitiba – e que, embora sem um espaço físico, continua gerindo e propondo ações artísticas no estado.

configuração dos sistemas contemporâneos da arte”. (FETTER, 2016, p. 92) Segundo a própria Bruna Fetter, são mais de 260 feiras que ocorrem anualmente espalhadas pelos cinco continentes. Tratam-se de grandes performatizações temporárias, contextuais e cíclicas do mercado de arte. Elas colocam dezenas de galerias em estandes dentro de pavilhões (e outros grandes espaços) com o objetivo de vender obras de arte; recebem milhares de pessoas, muitas para “simplesmente ver arte”, mas outras tantas focadas na compra e na venda desses objetos; concentram grande parte do fluxo financeiro do mercado de arte; juntam em um mesmo espaço diferentes atores, tais como galeristas; “galerinas”; *advisers*; curadores; compradores esporádicos, colecionadores, investidores; pesquisadores; artistas, estudantes de arte; analistas e especialistas do mercado; patrocinadores interessados no mesmo público que a feira, como bancos, distribuidores de bebidas, restaurantes *gourmets*, dentre outros; publicações; público leigo etc.

São duas as principais feiras de arte contemporânea que acontecem em solo brasileiro: a [SP-Arte](#) que, até 2016, atendia pelo sobrenome Feira Internacional de Arte de São Paulo e que, em 2017, passou a se chamar Festival Internacional de Arte de São Paulo; e a [ArtRio](#) – Feira Internacional de Arte do Rio de Janeiro.⁹⁵ A SP-Arte, a feira mais antiga do país, teve em 2018 sua 14ª edição. A ArtRio, com tamanho semelhante à primeira, mas criada mais recentemente, irá para a 7ª edição. Essas duas feiras são consideradas as maiores do país e, em alguns sentidos, têm perfis próximos: ambas são internacionais; trabalham tanto com galerias de arte contemporânea do mercado primário como com galerias modernas (ou do mercado secundário);⁹⁶ dividem as galerias que delas participam em diferentes programas, que por sua vez implicam em estandes maiores ou menores, em localizações físicas mais ou menos privilegiadas dentro das feiras (e que têm custos diferenciados que, conseqüentemente, dizem respeito também ao *budget*⁹⁷ de cada galeria); reúnem e/ou classificam as galerias participantes de acordo com suas especificidades (modernas, jovens, contemporâneas).⁹⁸ Mesmo abrigando galerias de diferentes portes dentro de seus programas, é possível afirmar que a SP-Arte e a ArtRio correspondem a um mercado de arte *mainstream*: os preços médios

95 É comum os nomes das feiras serem compostos com o nome das cidades onde são realizadas. Uma vez que sejam criadas “filiais” dessas feiras em outras cidades, os nomes das cidades originárias são carregados junto com o evento, em uma sobreposição onomástica de lugares, a exemplo da Art Basel e da Art Basel Miami Beach, ou da SP-Arte e a SP-Arte Brasília.

96 Com a mudança de nome, em 2017, a SP-Arte passou a abrigar, também, galerias de *design*.

97 *Budget* é, tal qual a tradução literal da palavra em inglês, orçamento.

98 Termos utilizados pelas feiras na ocasião da escrita deste texto (fim de 2015, início de 2016).

dos artistas são relativamente altos, parte de seus expositores e artistas expostos são *global players*,⁹⁹ ambas as feiras exibem artistas e galerias “estrelas” do mercado. Como exemplo de alguns artistas *global players* que passam por essas feiras temos o britânico [Damien Hirst](#), o estadunidense [Jeff Koons](#), o indiano-britânico [Anish Kapoor](#), dentre outros. Dentre as galerias desse escalão estão a [Gagosian Gallery](#), a [White Cube](#), a [Pace Gallery](#), dentre outras.

Além das gigantes Art-Rio e SP-Arte, acontece também no Brasil, anualmente, a [SP-Arte|Foto](#) – Feira de Fotografia de São Paulo. Trata-se de uma feira menor, em termos de quantidade de galerias participantes (a edição de 2015 da SP-Arte contou com 140 galerias e da SP-Arte|Foto com 31), dedicada – como o próprio nome já diz – à fotografia. Essa mídia tende a ser mais barata do que a pintura (por exemplo) e, de maneira semelhante à gravura, é comum que sejam disponibilizadas diferentes cópias de um mesmo trabalho no mercado (em geral com tiragem limitada).¹⁰⁰ A SP-Arte acontece no Pavilhão da Bienal, no Parque Ibirapuera e a SP-Arte|Foto no Shopping JK Iguatemi, na Vila Olímpia. A organização da feira, assim como a da SP-Arte, é de Fernanda Feitosa.¹⁰¹ Em 2014, a empreendedora realizou uma edição da SP-Arte em Brasília, chamada de SP-Arte|Brasília – Feira Internacional de Arte de Brasília que, até então, não teve continuidade para além dessa primeira edição.

A [PARTE](#) – Feira de Arte Contemporânea, que acontece desde 2011 também na capital paulista, com um tamanho mediano se comparada à SP-Arte e à Art-Rio, dedica-se unicamente à arte contemporânea e enfatiza em seu discurso a acessibilidade das obras disponíveis para venda e sua importância na formação de novos colecionadores.¹⁰²

Feiras são, enfim, “*além de um fenômeno recente que precisa ser compreendido*”, um prato cheio para o pesquisador e demais curiosos sobre o mercado de arte contemporânea que podem ver, em um único lugar, parte significativa de um mercado que

99 *Global players* são aqueles artistas que participam do mercado internacional de arte, sua circulação não fica restrita ao Brasil (e a compradores brasileiros).

100 Nesse caso, as cópias tendem a ser numeradas, de forma que informem qual é o número daquela cópia (à esquerda) e o número total de cópias disponibilizadas no mercado (à direita). Por exemplo: 03/10 (três de dez) é a terceira cópia de uma tiragem de dez exemplares. Além dessas dez cópias, entende-se que existe ainda uma prova do artista, identificada pelas iniciais P.A.

101 Fernanda Feitosa é “advogada e empreendedora criativa” ([FONSECA, 06/08/2014](#)), idealizadora e diretora da SP-Arte. É, junto com seu marido, Heitor Martins (ex-presidente da Fundação Bienal de São Paulo e atual diretor no Museu de Arte de São Paulo, MASP), considerada pelos atores do mercado uma grande colecionadora (sobre a coleção de Fernanda Feitosa e Heitor Martins, ver [LONGMAN, 02/10/2015](#)).

102 Contou inclusive, durante alguns anos, com um teto máximo para o preço das obras expostas, conforme alguns galeristas me informaram.

está espalhado pelas cidades, estados, países, pelo mundo afora. Mas, se à primeira vista, para a etnógrafa, a feira parece um lugar privilegiado de pesquisa, para os operadores do mercado ela é o lugar de comprar e vender obras de arte e de urdir redes de relações (e trabalhar na manutenção e/ou ampliação das redes já existentes) entre quem vende e compra. Tais atividades parecem incompatíveis com colaborar com pesquisadores que não fazem diretamente parte do mercado. Afinal de contas, participar desses eventos tem um custo significativo para grande parte das galerias, são muitos os estandes a serem percorridos pelos colecionadores e demais compradores, e o segredo (e muito possivelmente a dissimulação e a ficcionalização de informações) é recurso que parece importante nas estratégias de vendas e compras que ali acontecem. Para o pesquisador no qual o mercado não tem interesse, situações *vips* e de bastidores onde (dizem) as transações das feiras acontecem com todas as forças não são muito acessíveis.¹⁰³ Se as feiras não me foram exatamente úteis no sentido de tecer grandes diálogos com galeristas (estes, em parte, pareciam menos difíceis de serem contatados em suas galerias),¹⁰⁴ a presença recorrente nesses eventos foi importante para ter os primeiros contatos com alguns atores do mercado de arte; aprender certos *modus operandi* dentro de uma galeria (por exemplo, formas como os expositores estruturam seus discursos sobre determinado artista e obra para um comprador em potencial; ver e sentir a tão falada distinção do mundo da arte (BOURDIEU, 2007a) em ação e sendo construída, em especial no que tange às programações *vips* das feiras; escutar as falas construtoras do mercado que integram a programação da própria feira e que me forneceram, talvez, as mais importantes das matérias-primas com as quais pretendo construir essa etnografia.

2.1 a feira antes da feira

Tendo como atividade principal o comércio de obras de arte (assim como as feiras agropecuárias têm a venda de animais como sua atividade central), esses eventos têm

103 Tentei trabalhar, através da indicação da Ana Leticia Fialho, na produção de uma das edições da ArtRio, mas, embora tenham respondido de forma muito receptiva ao *e-mail* de Ana Leticia que me apresentava (com cópia para ela), a organização da feira não respondeu nenhum dos *e-mails* que enviei posteriormente a respeito.

104 “Em partes” porque, principalmente tratando-se de grandes galerias, nem sempre o proprietário estava nela, haja vista as contínuas viagens para participar de feiras em outros lugares, por exemplo.

poucos dias de duração (em geral quatro dias, de quinta a sábado, mais o dia de abertura, na quarta-feira).

Não tive a oportunidade de acompanhar de perto as preparações dos atores desta pesquisa para as feiras de arte. Mas posso afirmar que, como todos os eventos quando observados de perto, uma feira começa muito antes daqueles dias em que está aberta ao grande público.¹⁰⁵ Começa antes para o público especializado (como os colecionadores de arte) proveniente de outras cidades, quando decidem ir às feiras e organizam suas viagens, por vezes articulando compromissos profissionais com esses eventos e/ou organizando suas agendas para aproveitar os intensos dias em que eles ocorrem. São muitas as ações que acontecem paralela e simultaneamente às feiras. É preciso que cada um desses visitantes eleja as programações que mais lhe interessam e confirme sua presença nos mesmos dias antes da feira começar, já que muitas são destinadas a um número limitado de pessoas. Era, por exemplo, o que eu fazia nas ocasiões em que uma amiga me cedeu seu convite *vip* para acessar uma das feiras brasileiras¹⁰⁶: percorria durante algumas horas a “área *vip*” do *site* do evento, onde estavam divulgadas programações *vips* exclusivas, nas categorias “abertura, exposição, brunch, *cocktail*, jantar, festa, lançamento de livro, visita a *atelier*, coleção particular e outras”. (categorias da área *vip* de 2014 do *site* da SP-Arte – diário de campo, março de 2014)

As feiras começam antes também para os artistas que precisam atender às demandas das galerias produzindo obras que serão nelas apresentadas – e de preferência vendidas. Segundo [Claudio Alvarez](#), artista argentino residente em Curitiba e representado por galerias dessa cidade, do Rio de Janeiro e de São Paulo (e que, por vezes, estão presentes simultaneamente em uma mesma feira),

a rotina do trabalho nos períodos que antecedem as feiras é intensificada pela exigência de apresentar obras inéditas e de certa forma acelera alguns

105 Para fazer tal observação, basta uma rápida olhada nas etnografias de eventos e rituais, dos clássicos aos contemporâneos, do carnaval (CAVALCANTI, GONÇALVES, 2009) aos rituais de iniciação (TURNER, 1974).

106 Essa amiga recebe anualmente um cartão *vip* desde que, há alguns anos atrás, escreveu um *e-mail* para a organização dessa feira se apresentando como sócia de uma galeria que representava jovens artistas e como colecionadora particular, pedindo convites para sua abertura. Entre 2009 e 2015, escrevi algumas vezes para os produtores das principais feiras brasileiras solicitando acesso a elas, me apresentando ora como “pesquisadora do sistema de arte”, ora detalhando os interesses dessa pesquisa. Mas não obtive respostas, com exceção da organização da feira PARTE, que me cedeu alguns convites.

processos, potencializa um conjunto de tarefas técnicas (pós-criação) inerentes à execução da obra, acelera também as escolhas fazendo com que eu priorize a finalização de projetos ou obras que estão mais resolvidas trazendo assim uma “ordem ao caos”, ou ao menos, uma ordem relativa a tão sonhada disciplina quase inconciliável com o processo de criação. (Claudio Alvarez, conversa pessoal por *WhatsApp*, 20/08/2017)

Feiras são eventos ansiosamente aguardados por boa parte dos artistas que dela participam: para alguns deles as vendas que nelas ocorrem correspondem à parte significativa de seu ganho ao longo do ano – e que por isso podem ser bem frustrantes quando as vendas são fracas.

As feiras começam antes para os galeristas que delas participam. Segundo o regulamento da edição de 2018,

podem participar da SP-Arte galerias de arte e de *design*, nacionais e estrangeiras, atuantes tanto nos mercados primário quanto no secundário. A participação também é aberta a livrarias, revistas, editoras, museus, instituições e centros culturais, entre outras entidades vinculadas às artes visuais, denominadas em conjunto com as galerias de ‘expositores’. Somente serão consideradas elegíveis para participar no evento as galerias que realizem, por ano, um mínimo de 3 exposições públicas em seus espaços. Escritórios de arte ou de *design* com atuação no mercado secundário que não cumprem o número mínimo de exposições anuais poderão, entretanto, ser selecionados pelo comitê, excepcionalmente, com base em seu histórico, em sua relevância e em sua contribuição para o mercado brasileiro. (regulamento SP-Arte/2018, p. 1)

Para participar de uma feira é preciso submeter um *application* à organização dela – algo muito semelhante ao que fazemos nos eventos acadêmicos. Um *application* é uma espécie de inscrição, um pequeno projeto apresentando a galeria e sua proposta de participação em determinado evento. Tomando como exemplo a SP-Arte, cada pretense expositor deve, no documento em questão, informar seus dados, “o perfil e o programa da galeria, o conceito da exposição que deseja mostrar no evento e a lista dos artistas por ela representados” (regulamento SP-Arte/2018, p. 1) – o que inclui mostras de obras que pretende apresentar. O regulamento da SP-Arte 2018 recomenda

aos pretendentes que enviem dossiês completos junto com outras informações adicionais que permitam a avaliação do *curriculum* dos artistas propostos, principalmente dos artistas emergentes, tais como catálogos ou brochuras das exposições realizadas, textos escritos por curadores ou críticos de arte publicados por ocasião de exposições e quaisquer outros materiais

julgados pertinentes pela galeria proponente. (regulamento SP-Arte/2018, p. 1)

No *application* também escolhe-se o programa ou seção da feira em que pretende participar. A título de exemplo, no caso da SP-Arte/2016, a escolha ficava entre os setores geral, *showcase* ou solo:

Geral. O Programa Geral está distribuído nos pisos Térreo, 1º e 2º do Pavilhão [Ciccillo Matarazzo ou Pavilhão da Bienal] e compreende galerias de arte moderna e contemporânea, que apresentam seu programa geral de artistas. A distribuição pelos pisos leva em consideração o segmento de atuação da galeria (secundário ou primário) e a área ocupada por cada galeria.

Showcase. No Showcase estão apresentadas as galerias que mostram um programa com até 3 artistas selecionados, com *stands* de tamanho padrão determinado pela Feira.

Solo. O Setor Solo terá a coordenação de um curador convidado que selecionará projetos de apenas um artista por galeria. Galerias com projetos solo serão escolhidas através de *application* ou por convite feito pelo curador responsável e também terão *lay out* padrão determinado pela Feira.” (*application* SP-Arte/2016)

Já o *application* para a edição de 2018 da feira previa os seguintes programas:

Geral. O setor principal do evento, com galerias brasileiras e internacionais com trabalhos modernos ou contemporâneos. As galerias podem apresentar qualquer número de artistas em seu projeto expositivo.

Solo. Aberto para galerias apresentando um único projeto ou trabalhos de um único artista. É obrigatório para o artista sugerido para o Solo seja representado pela galeria. Curadoria de Luiza Teixeira de Freitas.

Repertório. Concebido para galerias que desejem apresentar projetos de obras históricas de um conjunto de artistas nascidos até o final dos anos 1950 considerados fundamentais para a compreensão das práticas artísticas contemporâneas. Curadoria de Jacopo Visconti Crivelli.” (*application* SP-Arte/2018)

E, quando cabe, as galerias também apresentam nos *applications* para as feiras as dimensões dos estandes pretendidos, cujos valores variam segundo sua metragem quadrada e o prestígio da seção da feira em que estarão localizados (aquela nas quais encontram-se as galerias mais consolidadas e de maior prestígio têm a metragem mais cara); explicitam se

desejam ter posição privilegiada ou não;¹⁰⁷ e optam por participar ou não de projetos especiais, que podem ter um custo adicional.¹⁰⁸

Uma vez submetidos os *applications* às feiras, as galerias aguardam o processo de seleção das mesmas. Segundo o galerista Guilherme Simões, um dos responsáveis pela SIM Galeria de Arte Contemporânea, sediada em Curitiba, “as feiras de arte, em geral, apresentam um comitê que avalia os projetos das galerias, bem como suas trajetórias”. (Guilherme Simões, entrevista concedida em setembro de 2012)¹⁰⁹ Em uma entrevista realizada na ArtRio/2012, referindo-se ao tamanho do estande e seção da feira em que estava alocado, o galerista comentou que o intuito da galeria quando se inscreveu naquela edição da feira era ter “um espaço com 60 metros quadrados”, mas que estavam em

um box de 20 metros quadrados. [...] O comitê [do evento] avaliou que a SIM Galeria era muito jovem e precisava ser inserida nesse programa que mostra projetos específicos de jovens artistas. Aceitamos a deliberação do

107 No *application* para a SP-Arte/2018, essas posições privilegiadas eram relativas a quantidade de acessos que o estande de uma galeria teria e à quantidade de faces das paredes em que poderiam expor. Por exemplo: considerando que parte do pavilhão é ocupado por três fileiras de galerias separadas por dois corredores verticais, e que conta com mais dois corredores horizontais nos extremos dessas fileiras, uma galeria que ficasse em uma esquina (nas extremidades de uma dessas fileiras) e que, pelo fato de não ter um estande vizinho em uma de suas paredes, pudesse expor obras de arte na face externa dessa parede (aumentando, assim, seu espaço expositivo), teria um acréscimo de 5% no valor relativo à metragem e à seção em que se localizaria. Caso o estande fosse localizado no corredor central do pavilhão (que é organizado com três fileiras de galerias, separadas por dois corredores) e o público tivesse acesso a ele por duas entradas (uma de cada corredor), seria acrescido mais 5% ao valor original (*application* SP-Arte/2018).

108 Como o próprio *application* da SP-Arte/2016 informava, em “2015, a SP-Arte introduziu dois novos setores no programa de expositores: *Open Plan*, focado em instalações e obras *site-specific* [planejadas para ocupar um lugar ou tipo de lugar específico] e *Performances*, para obras de artistas emergentes e performances históricas por artistas estabelecidos.” (SP-ARTE, 26/01/2016). O *Open-Plan* foi um espaço voltado para trabalhos de grande porte, inéditos e comissionados pelas galerias participantes. O custo adicional para participar de tal programa na referida edição era de R\$15.000,00 (*application* SP-Arte/2016). Nas edições seguintes, o espaço não foi previsto pela organização da feira.

109 O trecho citado refere-se a uma entrevista concedida por Guilherme a mim que foi transcrita, editada e revisada e aprovada pelo galerista para ser publicada no site Curitiba Cultura – o que não aconteceu, devido ao fato de o site ter encerrado suas atividades antes que finalizássemos a mesma.

*comitê, pois, entendemos a real importância de participar da feira.*¹¹⁰
(Guilherme Simões, setembro de 2012)

Ser aceito para participar de uma feira tida como importante e, portanto, concorrida pelos galeristas, ter mais ou menos espaço cedido pela organização da mesma, são reconhecimentos da relevância e do prestígio de uma galeria dentro do mercado em que atua. Durante a pesquisa de campo, pude escutar falas ressentidas de galeristas que tiveram sua participação recusada em uma ou outra feira internacional, como o fez Thomas Cohn ao versar publicamente sobre nunca ter participado da [Art Basel Fair](#), considerada a feira mais importante do mercado, em uma fala no ciclo de palestras da SP-Arte/2012. “*Se você não tem a Basel na sua ficha é difícil. Fiquei com muita dor de não ter participado da Basel. Antes a feira era menor, tinha preconceito com a América Latina. Hoje a América Latina ocupa um papel importante, é chique mostrar a América Latina.*” (diário de campo, 2012) Como um integrante do comitê da Art Basel explicou à jornalista e socióloga Sarah Thornton, “a feira é significativa do ponto de vista do prestígio. Se uma galeria não é aceita, as pessoas podem pensar que ela não é tão importante quanto outra galeria que é. Se uma galeria não é aceita no ano seguinte, isso pode acabar com o negócio.” (THORNTON, 2010, p. 93)

Também ouvi um jovem galerista falando com orgulho do tamanho do *stand* e seção em que sua galeria estava alocada na SP-Arte/2013, que além de demonstrar um reconhecimento do comitê de seleção e dos organizadores da feira em relação à atuação da galeria, explicitava um certo poder da galeria em bancar financeiramente aquele espaço – que tem um custo significativo para galerias de pequeno e médio porte¹¹¹ – o que, dentro da lógica

110 O espaço a que Guilherme refere-se, na edição da feira em questão, recebeu o apelido de “*favelinha*.” Foi nele que a organização da feira alocou as galerias com menos de cinco anos. Além de ficar localizada no último armazém do evento, que só era possível acessar após passar por todos os outros armazéns da feira, o espaço era precário a ponto de deixar as obras de arte que ali estavam expostas à chuva e aos pássaros que habitavam o local. Houve, inclusive, relatos de uma obra danificada por fezes de pombas (mais sobre o assunto ver [FURLANETO, 11/08/2013](#)).

111 Para se ter uma ideia dos valores cobrados na SP-Arte de 2016, segundo o *application* da feira, os custos dos estandes para participar de todos os dias do evento variaram entre R\$ 1.010,00/m² (para o *showcase*, com dimensões entre 30 e 36m²) e R\$ 1.400,00/m² (para a categoria *geral* do primeiro e segundo andar, com dimensões entre 61 e 120 m²). O valor incluía: “Lâmpadas de 150 ou 300 Watts, halógenas com hastes metálicas instaladas a cada 5m²; Pintura: Tinta látex *off-white*; Piso: Concreto natural do Pavilhão (sem carpete); 01 tomada elétrica (110V e 500W); 02 placas de sinalização: *Design* padrão da Feira com nome, número do *stand*, cidade/país; 01 Catálogo da Feira; Convites para o dia da abertura e convites cortesia para os dias do evento; Crachás de identificação: proporcional à área da galeria. Crachás adicionais terão custo extra; Senhas de acesso à internet: proporcional à área da galeria. Senhas adicionais terão custo extra” (*application*, SP-Arte/2016). Qualquer item que não esses mencionados (mais tomadas, espaços para armazenamento das obras, cores alternativas nas

de uma feira de grande porte, funcionaria como uma espécie de indício de sucesso e de aposta por parte da feira e dos próprios galeristas no futuro promissor da mesma. (diário de campo, abril de 2013) Mas, pensando a feira enquanto um negócio cujos principais clientes são os galeristas, que também se trata de ter mais uma galeria pagando para estar presente na mesma. Uma vez que suas participações são aceitas nas feiras, as galerias pagam os valores correspondentes aos espaços que ocuparão (ou dão início a esses pagamentos, quando parcelados) e, nas semanas que antecedem esses acontecimentos, começam a produzir sua presença nesses eventos.

Dentre as ações necessárias para uma galeria participar da feira está a seleção, por parte dos galeristas, dos artistas e respectivos trabalhos que serão expostos. Uma galeria não leva necessariamente a uma feira todos os artistas de seu portfólio, em especial se representam dezenas de artistas. Além dos espaços disponibilizados nos eventos inviabilizarem a exposição de todos os artistas simultaneamente, isso poderia gerar uma demanda por produtividade que os artistas talvez não dessem conta. “*Não levamos [um mesmo artista] para nove feiras porque ele não consegue produzir com qualidade. Tem grupos diferentes de artistas para cada feira*”, afirmou na SP-Arte/2012 um senhor que trabalhava na galeria francesa [Yvon Lambert](#). (diário de campo, abril de 2012) Entendi, naquela ocasião, que isso também tinha a ver com o perfil de cada feira: leva-se até ela artistas que tenham maior potencial de agradar seus frequentadores (é o que deseja, por exemplo, uma galeria internacional que apresenta um artista brasileiro em uma feira em solo brasileiro – ouvi repetidas vezes em campo que colecionadores brasileiros preferem comprar artistas brasileiros). Como bem coloca Fetter, “é papel da galeria saber quais colecionadores frequentam cada feira e o que eles estão buscando. A galeria contata os potenciais compradores antes da feira, enviando imagens e informando quais trabalhos estarão à disposição naquele período. Assim, os compradores [eu diria, alguns compradores] pesquisam previamente à feira, já tendo ideia do que irão comprar antes de sair de casa.” (FETTER, 2016, p. 98) Segundo o colecionador Márcio Fanziliber, “*hoje em dia quando você vai a uma feira você já sabe tudo que a galeria vai mostrar. Porque eles já mandaram para você com*

paredes) tinha custo adicional. E, como certos comentários que ouvi a respeito deram a entender, por vezes grandes galerias de renome internacional, cuja participação confere grande prestígio às feiras e atraem mais público e mais galerias interessadas em expor na mesma, não pagam para estar presentes nesses eventos (são convidadas a participar deles) ou têm sua participação “facilitada” de alguma forma.

antecedência. Todas as galerias no mundo inteiro já te mandam com antecedência.” (in [ARTLOAD, 03/10/2017](#)) Mas, voltando aos galeristas, escolher alguns artistas dentre vários para levar para uma feira não significa que a galeria não venda ou “trabalhe” os artistas ausentes durante o evento: ao percorrer os corredores das feiras é comum ver galeristas com *tablets* e catálogos mostrando a possíveis compradores outros artistas e outras obras que não as ali expostas.

Além da escolha dos artistas que irão à feira, os *marchands* distribuem os convites e cartões *vips* que receberam para seus artistas e melhores clientes; organizam o transporte das obras até os locais das feiras (e isso inclui cuidados específicos com as embalagens e o seguro obrigatório e, por vezes, os processos de importação quando se trata de artistas internacionais); projetam seus estandes e apresentam necessidades específicas deles para a organização das feiras (como a instalação de paredes internas extras e/ou pequenos depósitos para as obras – que têm custos adicionais); deslocam suas equipes para a cidade em que a feira ocorrerá, quando oriundas de outras localidades; montam seus estandes, que por vezes contam com a participação de artistas (em especial quando trata-se de alguma instalação).¹¹² Segundo a galerista curitibana Tuca Nissel,

o tempo de montagem do *stand*, depende, claro, do tamanho do *stand*, da quantidade de obras e da complexidade da instalação de algumas obras. Normalmente as feiras reservam 2 dias inteiros para montagem dos *stands*. Já montei um *stand*, quase todo, com 15 esculturas em Londres, em meio dia. Só uma escultura mais complexa que dependia de uma instalação elétrica na parede ficou para a manhã do dia da abertura, que era à tarde. (Tuca Nissel, conversa pessoal via *Messenger*, agosto de 2017)

Por vezes, paralelamente às atividades mencionadas (e que não têm a pretensão de esgotar as ações de uma galeria para participar de uma feira, apenas dar a ideia da complexidade de tal preparo), os galeristas ainda organizam eventos como jantares para agradecer seus clientes e demais atores do meio que lhes interessem, promovendo novos encontros, intensificando relações já existentes, gerando novas oportunidades de negócios. Ou ainda, em especial quando se tratam de galerias sediadas nas mesmas cidades em que as feiras ocorrem, organizam eventos em suas sedes como aberturas de exposições, *brunchs*, visitas

¹¹² Sobre a montagem das feiras relativas ao trabalho das galerias e dos artistas, ver o vídeo [Bastidores da montagem: Arte 1 na SP-Arte/2017](#), publicado no canal do YouTube da feira (SP-Arte, 09/04/2017)

guiadas, aproveitando a estadia na cidade do público das feiras que vem de outras localidades. Na medida do possível, os atores das artes visuais, em especial do mercado das artes visuais, tentam conectar um grande evento ao outro. Conecta-se, por exemplo, a ArtRio à Bienal de São Paulo, aumentando o apelo ao público internacional para visitar o Brasil, que pode, em uma única viagem, acessar dois grandes eventos. Como me disse Guilherme Simões na ArtRio/2012, ano em que ela aconteceu no mesmo período que a [30ª. Bienal de São Paulo](#) e com a [inauguração de novos pavilhões em Inhotim](#):

o Brasil vive um momento muito interessante. Vide agora, no mês de setembro, a abertura da Bienal de São Paulo, a inauguração de pavilhões novos em Inhotim e ao mesmo tempo as galerias comerciais abrindo mostras. Ou seja, o circuito está se alinhando. Então as pessoas que acompanham o circuito artístico não virão [ao Brasil e, mais especificamente, ao Rio de Janeiro, durante a ArtRio] apenas pelo atrativo turístico, mas sim pelo atrativo cultural. As galerias estão movimentadas e você vê exposições muito bem estruturadas... Por exemplo a galeria [Nara Roesler](#): a abertura que ela fez pré-bienal foi maravilhosa. E podemos citar a galeria [Celma Albuquerque](#), de Belo Horizonte, que durante a inauguração dos novos pavilhões de Inhotim realizou a individual do [Nuno Ramos](#) com uma instalação que demandou uma reforma geral na galeria. Estes exemplos demonstram que as galerias brasileiras começaram a se profissionalizar e muito. (Guilherme Simões, setembro de 2012)¹¹³

As feiras, por sua vez, com o passar dos anos foram incluindo cada vez mais eventos que extrapolam os pavilhões em que acontecem em suas programações. É o caso da SP-Arte que, na edição de 2017, se rebatizou como festival de arte (e não mais feira de arte), dada a pluralidade de ações vinculadas a ela (cerca de 180) que ocorrem em São Paulo no mesmo período que o evento ([FLAMINGO, 31/03/2017](#)) – e o que, me parece, simultaneamente, dilui e amplia seu caráter comercial. Dilui no sentido de justificar os recursos públicos investidos no evento e de amenizar o caráter negativo que a associação entre arte e dinheiro tem aos olhos de parte dos atores das artes visuais (como pretendo demonstrar ao longo dessa tese). E amplifica do sentido de incorporar novas ações comerciais e de *marketing* relativas ao evento e aos comerciantes que dele participam. No caso das feiras

113 Segundo Fernanda Feitosa, “o turismo cultural de feira, de bienal é muito favorável ao país. É um turismo de gente com dinheiro, que gosta de comer bem, de se locomover bem, de estar bem hospedada. É um turismo que gera muito dinheiro para a cidade. As cidades que conseguem capitalizar isso se beneficiam imensamente” (in Semana de Artes Visuais da Faculdade de Belas Artes/SP, caderno de campo, outubro de 2014).

brasileiras, essa estratégia colabora com a retórica de seus organizadores para pleitear e justificar o investimento de recursos públicos nas feiras, através do uso de leis de incentivo à cultura, conforme elucidarei no próximo parágrafo.

Para os produtores das feiras, elas começam ainda antes que para os galeristas. Seus organizadores trabalham de modo contínuo, por vezes sobrepondo o trabalho de uma edição ao da próxima. Nem bem se presta contas do projeto de uma edição¹¹⁴ e já se escreve o projeto para a lei de incentivo da feira seguinte. Esclarecendo: as feiras brasileiras contam com dinheiro público federal investido a fundo perdido (não voltam para os cofres públicos) através do incentivo fiscal ao patrocínio à cultura, a Lei Rouanet. (Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991) A organização das feiras submete seus projetos ao edital da referida lei, aberto continuamente¹¹⁵ e, uma vez aprovados – e eles os são, porque a análise do projeto é mais técnica do que qualitativa¹¹⁶ e as organizações das feiras têm experiência na elaboração dos mesmos –, captam recursos com empresas parceiras. Essas empresas podem descontar integralmente o valor investido nas feiras de seus impostos de renda (no caso das artes visuais), com o teto de 4% do valor total devido. Por exemplo: na edição de 2015 da SP-Arte, o valor aprovado para captação foi de R\$5.753.072,00 ([SALIC](#), último acesso em 14/12/2015) – o que não significa que esse valor tenha sido integralmente captado. Dentre os itens financiáveis através deste projeto específico estavam a locação de espaço para a realização do evento, contratação de parte da equipe de produção e do projeto pedagógico, limpeza, projeto expográfico e de iluminação, dentre outros. Em função do uso do dinheiro público na produção do evento, a feira precisa propor ações de democratização do acesso a sua programação, dentre as quais estão as palestras e a gratuidade das mesmas, bem como os projetos educativos e mostras tidas como não comerciais (cujas obras não estão necessariamente à venda – muito embora quase sempre os curadores sejam orientados a trabalhar com artistas representados por galerias presentes na feira). Essas ações, por sua vez,

114 Prestar contas é, nesse caso, apresentar um relatório final do projeto, com as comprovações da realização dele e das despesas relativas a cada uma das rubricas previstas no mesmo.

115 Tais afirmações referem-se ao funcionamento da Lei Rouanet antes do *impeachment* da presidenta Dilma Roussef em 2016.

116 Afirmo isso a partir de uma experiência como parecerista credenciada ao Ministério da Cultura (MinC), entre os anos de 2010 e 2012, onde avaliava projetos de diferentes orçamentos, mas apta a avaliar projetos de alta complexidade (na época, orçados em mais de três milhões de reais). Na prática, o único motivo aceito pela instituição para a não aprovação de um projeto eram problemas técnicos (como falta de informações e orçamentos abusivos em relação aos preços de mercado) – e grande parte das vezes tais falhas podiam ser revistas pelo proponente do projeto.

revertem-se também em capital comercial e são acionadas nas estratégias de *marketing* das feiras. O projeto de lei e sua captação é apenas uma pequena parte da pré-produção de uma feira. É necessário ainda trabalhá-la conceitualmente planejando suas atrações e eventos a ela relacionados; elaborar seu *application* e/ou adaptá-lo em relação às edições anteriores – e para tanto é preciso arquitetar possíveis alterações nos programas ou setores que a feira terá, bem como nos chamados programas especiais; fazer o processo de seleção dos expositores. As grandes feiras têm seus comitês de seleção que são, de maneira geral, formados por galeristas de prestígio (e, portanto, participar desses comitês também confere prestígios a essas pessoas). Segundo o regulamento da SP-Arte/2018, a feira

possui um comitê consultivo e de seleção rotativo, composto por galerias nacionais e estrangeiras de notória experiência e destaque no mercado de arte. Esse comitê auxiliará na formatação do conceito do evento, na proposta e na seleção das galerias que participarão da edição, obedecendo aos critérios de qualidade, experiência, consistência e diversidade que regem este regulamento. Participam também das reuniões do comitê membros da organização da SP-Arte e outros profissionais do ramo, convidados como curadores”. (regulamento SP-Arte/2018, p. 2)

A necessidade da existência desse comitê está atrelada à ideia de limitar e garantir uma certa qualidade de expositores e, conseqüentemente, da feira.

A SP-Arte possui um número limitado de participantes que são selecionados por um comitê a cada edição. [...] Serão selecionados expositores que se encaixem no perfil e atendam aos requisitos descritos nos itens 2 e 3 acima [galerias nacionais e estrangeiras, “atuantes tanto no mercado primário quanto secundário {...} que realizem no mínimo, por ano, um mínimo de 3 exposições públicas em seus espaços”]. Além disso, o processo de seleção se baseará também nos seguintes fatores: (i) prestígio e experiência da galeria, tanto no Brasil quanto no exterior; (ii) qualidade e consistência do programa e dos artistas representados; (iii) dinamismo das atividades desenvolvidas pela galeria, caracterizado pelo número e pela qualidade das exposições realizadas, pelos livros publicados e pela participação em eventos e exposições no exterior; (iv) sólida trajetória e participação da galeria em outras feiras de arte nacionais ou internacionais; (v) projeção da galeria no mercado nacional ou internacional; (vi) qualidade de apresentações da galeria em edições anteriores da SP-Arte; (vii) número de vagas disponíveis e existência de galerias com perfil similar ou que representem os mesmos artistas.” (regulamento SP-Arte/2018, p. 2-3)

Cabe, ainda, aos organizadores da feira fechar novas parcerias ou dar continuidade a parcerias antigas; elaborar a planta arquitetônica do espaço em que a feira acontecerá com distribuição das galerias e demais expositores, *lounges* dos patrocinadores e

espaços *vips*, lanchonetes, cafés, restaurantes etc.; disparar convites mundo afora; recrutar e contratar pessoas físicas e jurídicas para trabalhar no evento; montar efetivamente o espaço da feira, construindo os estandes de acordo com a demanda dos expositores, e por aí vai.

A distribuição dos estandes entre as galerias é função particularmente importante. Segundo João Paulo Siqueira Lopes, diretor de relacionamento da ArtRio/2013 (contratado após a edição anterior da feira ter sérios problemas de comunicação e relacionamento com os expositores, por motivos que vão da segurança e problemas estruturais do espaço expositivo até as políticas de abatimentos de impostos acordadas para o período do evento), o trabalho mais delicado da organização da feira é localizar as galerias em seus respectivos pavilhões: “Algumas [galerias] querem o Armazém 3, porque tem piso de concreto; outras querem o 4, porque é mais perto da área *VIP*. É um trabalho diplomático, a montagem de um quebra-cabeças” (João Paulo Siqueira Lopes, em [FURLANETO, 11/08/2013](#)) Durante a pesquisa de campo, ouvi algumas vezes os galeristas atribuírem parte do sucesso ou fracasso de suas vendas em uma feira ao local mais ou menos privilegiado em que seu estande foi localizado. Um exemplo de privilégio seria estar localizado próximo à entrada principal. Outro, estar próximo às galerias internacionais que estrelam a feira – e que tendem ser as mais procuradas pelos visitantes do evento.

Esses são apenas alguns exemplos dentre as várias ações necessárias para se fazer uma feira de arte. Tais eventos são produções gigantescas, que envolvem múltiplos atores do mercado e cuja descrição detalhada não cabe na economia desta tese.

2.2 chegando à feira

Do pé do morro São Carlos ao Jardim Botânico, da vizinhança da Urca e da Praia Vermelha à região portuária gentrificada no Rio de Janeiro; de Bela Vista ao Jardins, do Copan ao Ibirapuera, em São Paulo; do Setor de Grandes Áreas Norte (SGAN) ao Setor de Habitações Individuais (SHIS) no Lago Sul, em Brasília. Durante a pesquisa de campo, chegar a uma feira, à casa de um colecionador ou mesmo a galerias de arte, sempre envolveu, além de um vestir-se para lá estar,¹¹⁷ percursos mais ou menos extensos pelas cidades. E,

117 Conforme já discutido anteriormente.

como bem nos ensinou José Guilherme Magnani, quando o campo é a cidade os trajetos nunca são aleatórios (1996). Realizada a pé com caminhadas significativas, de metrô, de ônibus, com a lotação conquistada no meio da rua (*“lotação e ônibus no Rio de Janeiro não se pega, se conquista”*), disseram meus hospedeiros ao me explicar como devia fazer para chegar de um ponto a outro no Rio de Janeiro) e poucas vezes de carro (táxi, Uber ou de carona com alguns de meus interlocutores), grande parte dos meus trajetos conectava regiões classe média a lugares mais abastados. De maneira geral, as regiões de classe média correspondiam aos lugares em que estava hospedada e as regiões mais abastadas eram relativas aos lugares onde realizei parte de minha pesquisa de campo, onde muitas das galerias, casas de colecionadores e feiras que visitei estavam localizadas. Essa só não era uma regra geral, ora porque uma parte minoritária das galerias não estava localizada em um território rico da cidade – como é o caso da galeria A Gentil Carioca, cuja sede principal fica no Saara, região carioca central de comércio popular –, ora porque havia uma certa proximidade geográfica de diferentes classes sociais nos locais onde os colecionadores habitavam (em Copacabana, por exemplo) ou onde as feiras de arte aconteciam (como é o caso da ArtRio, que acontecia na região portuária da cidade do Rio de Janeiro).

Um parêntese: em campo, ouvi relatos de alguns artistas preocupados com a localização de suas galerias fora das regiões ricas das cidades, uma vez que tinham dúvidas se colecionadores e pessoas com condições financeiras para comprar arte iriam até eles. Por outro lado, também escutei que ir a lugares que não aqueles que frequentam costumeiramente para visitar galerias de arte, e por vezes ateliês de artistas, propiciava a alguns potenciais compradores uma experiência outra de cidade *“que não deixava de ser uma experiência estética.”* Certa vez, uma galerista me contou que acompanhou um grupo de colecionadores em uma rápida caminhada por uma região central de São Paulo, entre o Copan e a Praça Roosevelt. Os colecionadores estavam almoçando no Copan e essa galerista foi encontrá-los. *“A conta de quatro pessoas”* – somada a um vinho *“de mais de R\$1.000,00”*, com o qual haviam presenteado o *chef* do lugar – teria dado *“uns R\$10.000,00”*. Depois do almoço, decidiram ir a pé até a Praça Roosevelt, percorrendo um trajeto de apenas algumas quadras que passava por ruas relativamente estreitas, uma boate, algumas lojas de comércio popular. Durante o percurso, comentaram que há anos não percorriam o centro da cidade a pé. Caminhavam *“como se estivessem em um safari, em uma grande aventura”*, observou. Em certo trecho, um deles teceu, com muita propriedade, alguma observação sobre a região que

virou motivo de rápidas chacotas sobre tal saber, ao que o colecionador respondeu: “*Está vendo aquele prédio? É meu.*” Embora não seja possível estender essa experiência à totalidade dos atores desta pesquisa, a atitude desse pequeno grupo em relação à cidade nos ajuda a criar imagens de algumas figuras dessa classe de pessoas tão diversa que chamo de colecionadores. (diário de campo, 2015)

Esses trajetos, que marcavam uma passagem entre estar e não estar dentre aqueles que pesquisava, fizeram também parte do meu campo: era neles que entendia e mapeava fragmentos dos circuitos que aquelas pessoas que estudava faziam nas cidades que visitei.¹¹⁸ E foi a partir deles que compreendi a preferência das galerias de se situarem nas regiões mais abastadas das cidades ou em lugares em que, em seus transportes particulares, os clientes de galerias e feiras de arte pudessem chegar com certa facilidade e segurança. Essa compreensão se dava, por exemplo, da própria transformação das paisagens que aconteciam ao longo de meus trajetos. Era comum passar de ruas com grande movimento de pedestres, lojas populares e pequenos comércios com portas abertas a qualquer um que se interessasse pelo que vendiam, abarrotados de mercadorias e informações visuais; a lugares com lojas relativamente grandes e com entradas discretas, com valores inacessíveis a grande parte da população deste país e vitrines visualmente “limpas” em relação às mercadorias dispostas nos comércios populares, com edificações comerciais e residenciais guardados por aparatos de vigilância e homens vestidos de preto, por vezes armados, ruas com calçadas esvaziadas de pedestres (quando tinham calçadas) e percorridas por automóveis luxuosos, por vezes com vidros fumê e possivelmente blindados.¹¹⁹

118 Circuito é uma categoria utilizada por Magnani para analisar o espaço urbano. Ela “descreve o exercício de uma prática ou a oferta de determinado serviço por meio de estabelecimentos, equipamentos e espaços que não mantêm entre si uma relação de contiguidade espacial, sendo reconhecido em seu conjunto pelos usuários habituais: por exemplo, o circuito gay, o circuito dos cinemas de arte, o circuito neoesotérico, dos salões de dança e shows black, do povo-de-santo, dos antiquários, dos *clubbers* e tantos outros” (MAGNANI, 2002, p.23). Muitas das galerias de São Paulo, inclusive, ficam bastante próximas umas às outras, no que Magnani chamaria de manchas, “áreas contíguas do espaço urbano dotadas de equipamentos que marcam seus limites e viabilizam – cada qual com sua especificidade, competindo ou complementando – uma atividade ou prática predominante. Numa mancha de lazer, os equipamentos podem ser bares, restaurantes, cinemas, teatros, o café da esquina etc., os quais, seja por competição, seja por complementação, concorrem para o mesmo efeito: constituir pontos de referência para a prática de determinadas atividades.” (id. *ibid.*, p. 21)

119 Lembro que certa vez, ao sair da galeria Nara Roesler, localizada na Avenida Europa (no Jardim Europa, em São Paulo), um antropólogo britânico e eu decidimos caminhar até a estação do metrô mais próxima, Faria Lima, que ficava a aproximadamente meia hora a pé da galeria. No trajeto, ainda na Avenida Europa, ao passar por uma concessionária de veículos de luxo, meu colega me perguntou o

Graças aos trajetos que cursei, tomei consciência de que meu modo de percorrer e experienciar as cidades que visitei durante a pesquisa – bem como o modo de muitos que nelas vivem – era diferente da pequenina parcela de seus habitantes que compunham um seleto grupo de elite do mercado brasileiro de arte contemporânea. De um lado, estavam tais atores chegando em aberturas de feiras ou de exposições em galerias em seus carros com motoristas particulares, ou mesmo veículos luxuosos entregues ao *valet parking* que serviam a esses eventos. De outro, eu e meus confortáveis chinelos e sapatilhas relativamente puídas estacionados em uma sacola dentro de minha bolsa. Esses calçados eram perfeitos para percorrer cidades caminhando ou de transporte público (que presume que parte dos percursos sejam feitos a pé), mas me sentia inadequada com eles em campo, e por isso os trocava por sapatos de salto baixo ou sapatilhas novas uma quadra antes de chegar ao meu destino ou antes de descer do modal em que estava.¹²⁰

O veículo privado, por vezes de luxo e com motorista particular, e o veículo público individual (como táxi e *Uber*) são as principais maneiras utilizadas pelos clientes das feiras e das galerias para ir até elas. Tanto na ArtRio como na SP-Arte é possível descer do carro a poucos metros da entrada principal dos eventos (desde que o veículo seja pilotado por outra pessoa ou se utilize o serviço de *valet parking*, quando disponível). Na SP-Arte, entre o ponto que as pessoas saltam dos carros e a entrada do prédio onde a feira ocorre, há uma espécie de não lugar¹²¹ que, de maneira geral, é percorrido rapidamente por aqueles que ali

que significa “blindado”, após avistar algum anúncio a respeito. Expliquei, e ele se mostrou bastante impressionado e disse que isso era inacessível na Inglaterra, mesmo para pessoas ricas, que era reservado a pessoas com necessidades de segurança bastante específicas e que ele jamais tinha visto ser vendido como uma espécie de acessório para carros. Concluiu seu raciocínio dizendo que tinha a impressão de que as pessoas daquela região estavam em guerra com o restante da cidade.

120 Jessica Sklair Corrêa comenta que, mesmo compartilhando uma série de características com a elite paulista que estudou em seu mestrado, também se diferenciava dela por “uma série de particularidades na sua convivência com a cidade” (2007, p. 108). A autora escreve: “[...] era a única, por exemplo, que usava transporte público” (id. *ibid.*, p. 109). O uso de transporte público coletivo é, da perspectiva de grande parte da elite brasileira, relegado a camada menos favorecidas economicamente.

121 Segundo o antropólogo Marc Augé, “os não lugares são tanto as instalações necessárias à circulação acelerada das pessoas e bens (vias expressas, trevos rodoviários, aeroportos) quanto os próprios meios de transporte ou os grandes centros comerciais, ou ainda os campos de trânsito prolongado onde estão estacionados os refugiados do planeta” (AUGÉ, 1994, p. 36). Conforme resumimos bem em um estudo sobre a paisagem ferroviária de Curitiba, composta por inúmeros lugares e não lugares, “o não lugar é um mundo prometido à passagem, ao provisório e ao efêmero. Mas também existe o não lugar como lugar: ele nunca existe sob uma forma pura; lugares se recompõem nele: relações se reconstituem nele. Ou seja, como o lugar, o não lugar é contextual. O não lugar funciona, segundo Augé, como espaço-paisagem, que contém uma pluralidade de lugares e impõem um excesso ao olhar que impede que o ‘viajante-espectador’ veja nele um lugar”

desembarcam. Poucas pessoas param por ali, salvo e desejavelmente por rápidos instantes, à espera de alguém ou de algo (como seu carro), ou mesmo para fumar um cigarro fora do ambiente da feira. A cada edição das feiras, me obrigava a passar algum tempo nesse entre-lugares entre a feira e o resto da cidade. Obrigava-me porque, enquanto um não lugar, era desconfortável ali estar sem ter motivo para tanto. A sensação que eu tinha era de que naquele espaço relativamente amplo, aberto e com poucas pessoas, era facilmente alvo de olhares desconfiados: se aquele é um lugar de passagem para a feira, por que alguém fica tanto tempo ali parada? Ali as pessoas me observavam como eu as observava. Daquele lugar vi muitas pessoas diferentes. Dentre elas, dois homens vestindo roupas escuras (calça jeans, camisa social e sapato preto), com credenciais no pescoço, que saíram da feira, pararam perto de mim para fumar um cigarro e conversavam, em inglês, sobre a vida pessoal do ator hollywoodiano Brad Pitt – o que a princípio me pareceu uma simples fofoca sobre famosos, mas logo descobri que era uma troca de informações sobre um colecionador importante.¹²²

2.3 o ambiente feira

Há algumas páginas, ao descrever as informações que uma galeria deve fornecer para participar de uma feira, expliquei que era preciso indicar a seção na qual pretende participar, bem como o tipo de localização de seu estande (se com um, dois ou três acessos) e a metragem quadrada dele. Ao descrever os preparativos para a feira por parte de organização da mesma, comentei, há poucas linhas, que dispor os estandes entre as galerias é um trabalho delicado, pois, mesmo considerando as demandas específicas das galerias feitas através do *application*, trata-se da distribuição de lugares tidos como mais ou menos privilegiados em função, por exemplo, de sua vizinhança.

(CORDOVA et. al, 2010, p. 52).

122 Sarah Thornton, jornalista que dedica um dos capítulos de seu livro *best-seller Sete dias no mundo da arte* (e cujo subtítulo merece destaque, “bastidores, tramas e intrigas de um mercado milionário”) às feiras de arte, inicia sua narrativa sobre as feiras com as conversas de clientes *vips* de uma edição da Art Basel na fila para entrar nela. Os assuntos vão de “quando a bolha [do mercado de arte] vai explodir” às proporções que as feiras tomaram dentro do mercado de arte em termos de tamanho e importância, passando pela quantidade de valor investido em arte naquele ano (um colecionador diz estar “sentindo uma baixa” por ter gasto “dois milhões de dólares desde janeiro” – a edição da feira em questão acontece sempre em junho) e o quanto tem aumentado o número de colecionadores. (THORNTON, 2011, p. 91).

A despeito das divisões mais ou menos particulares que cada feira ou edição de feira faz das galerias, ou da forma que nomeiam essas divisões, podemos pensar a feira dividida em três tipos de seções: **(a)** das galerias contemporâneas de menor porte (menos poderosas dentro do mercado, com menos visibilidade e muitas vezes mais jovens); **(b)** das galerias de arte modernas e/ou contemporâneas do mercado secundário (de revenda de obras de arte) e **(c)** das galerias contemporâneas de maior porte (mais conhecidas, com mais visibilidade, mais poderosas dentro do mercado). Essa divisão das galerias corresponde mais ou menos aos três níveis (em termos de altitude) do Pavilhão Ciccillo Matarazzo que a SP-Arte ocupou entre 2012 e 2016 (ver planta da SP-Arte/2016 abaixo – impresso disponibilizado ao público da feira com anotações minhas).¹²³

O primeiro nível da feira corresponde ao andar térreo do pavilhão. Aqui temos uma das entradas (indicada com o número 2 no canto inferior esquerdo da imagem). Essa entrada é vizinha do Museu de Arte Moderna (Mam). É nesse nível que grande parte dos projetos especiais realizados dentro da feira ficavam alocados.¹²⁴ Na planta do primeiro andar, podemos observar o laboratório curatorial (destacado em rosa no campo superior direito – mesma localização da livraria na edição de 2016 da feira). No canto inferior esquerdo, também em rosa, está o auditório que na edição de 2014 do evento recebeu a série diálogos – sobre a qual versarei mais detalhadamente no decorrer desta tese. A partir de 2015, a série de diálogos/palestras foi realizada no auditório do Mam.

Ao lado do auditório, na área inferior direita, há um pequeno retângulo rosa escrito “museus”. Como irei versar nos próximos capítulos, essas instituições são chaves na geopolítica do mercado da arte, muitas vezes servindo de lastro a ele. Interessada em arrecadar fundos junto aos clientes da feira, na SP-Arte sempre há uma área na qual esse tipo de instituição “vende” seus programas para patronos, amigos, associados ou inscrições em clubes de colecionadores. Na última feira que visitei, as bancas dos museus¹²⁵ ficavam na rampa (porção central inferior da planta), em frente às bancas das revistas de arte. Por fim, ao lado da rampa, estão as bancas dos livros de artista na parte superior central do detalhe.

123 Estou desconsiderando aqui a ocupação do 3º. andar da edificação que aconteceu nas edições mais recentes (com o *Open Plan*, mostra de performances e, mais recentemente, com um setor de expositores da área de *design*). Esse andar seria um 4º. nível da feira.

124 Uma exceção era o *Open Plan*, que oferecia o terceiro andar do pavilhão para expor obras de grandes dimensões – e sobre o qual versei rapidamente algumas páginas atrás.

125 Utilizo o termo banca porque, diferentemente dos estandes, tratavam-se de pequenas bancadas nas quais as instituições dispunham seus materiais.

É também no térreo/nível 1 que estava alocado o setor solo, para o qual as galerias propunham exibir um único artista que representassem em pequenos estandes (destacados em vermelho). Uma galeria que participasse desse projeto poderia integrar ou não de outras seções da feira. Se, para uma empresa de menor porte, sem condições para pagar por outros espaços da feira, integrar o setor em questão era uma forma mais acessível de participar do evento, para uma galeria maior isso significava um segundo ponto de visibilidade dentro da feira.¹²⁶

Os estandes destacados em verde, cujas indicações de localização iniciam-se com as letras B e C, correspondem às galerias integrantes do setor *showcase*. Aqui, as galerias podiam expor até três artistas em seus estandes, que eram um pouco maiores que os do solo – consequentemente, acabavam participando dessa parte galerias de pequeno porte. Nas edições de 2015 e 2016 da SP-Arte, uma boa porção da região marcada em verde na planta do pavilhão foi ocupada por galerias participantes do setor geral (onde ficam alocadas grande parte das galerias contemporâneas que expõem na feira, inclusive as de maior porte). Com paredes mais baixas que os estandes do segundo andar, com metragens menores e sem as gigantes internacionais na vizinhança, as galerias do setor geral presentes nesse andar tendiam a ser aquelas com recursos menores e menos poder dentro do mercado. Em certa ocasião, ao versar sobre o que chamou de “*geopolítica da distribuição das galerias*” no espaço expositivo da feira, Paulo Nóbrega, um amigo galerista, me afirmou categoricamente que o primeiro andar, naquela edição da feira, era desprivilegiado. “*Tem muito colecionador que nem vai até lá, fica só no andar de cima da feira*” (diário de campo, abril de 2014) – o que ficou nítido também no orgulho do jovem galerista aceito pela organização da feira para expor no andar superior, descrito anteriormente.¹²⁷

Subindo uma rampa (localizada na parte inferior esquerda do detalhe acima), chegamos ao segundo nível da feira, primeiro andar do pavilhão da Bienal. Nesse local ficam alocadas as galerias do mercado secundário de arte. Como já elucidado em outro momento nesta tese, essas galerias são aquelas que trabalham com revenda de obras de arte, com a

126 O espaço embaixo do mezanino (que ocupa a parte superior centro/esquerda do detalhe do primeiro andar) também foi utilizado como espaço expositivo nessas edições.

127 Segundo minhas anotações de campo do ano de 2012, naquele ano, no primeiro nível, pareciam estar alocadas “as galerias que trabalham com arte contemporânea mais ‘estabelecidas’ no mercado. No segundo nível, as galerias que se dedicam a ‘arte moderna’, com artistas ‘mais tradicionais’. E, no segundo andar [terceiro nível], galerias menores, mais jovens e, muito provavelmente, com obras mais baratas [que as do primeiro nível]” (diário de campo, 2012).

chamada arte moderna, muitas vezes com artistas já falecidos.¹²⁸ É nesse nível também onde a organização da feira costuma localizar a [Galeria Estação](#) que, em seus termos, trabalha com “arte brasileira não erudita”, tanto de artistas falecidos como de artistas vivos, estes últimos, em sua maioria, nascidos nos anos 1960. Nesse nível, do lado esquerdo de quem sobe a rampa, fica o “fumódromo” da feira, junto ao *lounge* da Chandon.¹²⁹ Do lado direito, fica o mezanino (indicado na planta pelo pontilhado na porção superior direita), que é utilizado pelo restaurante e onde, por vezes, são servidos gratuitamente aperitivos aos visitantes (em geral, *vips*) da feira, assim como acontece nos *lounges*, mas que, em geral, servem refeições pagas. Na porção esquerda da planta do primeiro andar, em frente à entrada principal da feira, indicada com o número 1, ficam as largas rampas helicoidais do pavilhão, que fornecem uma visão privilegiada do primeiro e segundo andares da feira.

O segundo andar do pavilhão, terceiro nível da feira, é basicamente ocupado pelas galerias do setor geral e alguns *lounges*. Na parte esquerda da planta, temos o grande vão sinuoso que caracteriza a edificação (e que se repete no terceiro andar da mesma). O vão fica entre duas filas de galerias. Embora possamos ver galerias importantes alocadas nessa região (como [A Gentil Carioca](#) – que é, no entanto, como o próprio nome já diz, carioca),¹³⁰ ela é considerada desprivilegiada no sentido de ser a região menos movimentada (e portanto menos visível) do piso em questão.

O centro geográfico e de poder do andar (e da feira), onde concentram-se as grandes galerias internacionais e paulistanas (ver destaques em amarelo da planta), concentra também grande parte do público. Esse ajuntamento de pessoas no seu entorno não decorre apenas de sua localização privilegiada dentro do contexto arquitetônico do pavilhão e da distribuição dos estandes da feira, mas também porque as galerias ali alocadas, em especial as

128 Reitero, no entanto, que não se tratam de galerias que trabalham apenas com artistas já falecidos. Era nesse setor, por exemplo, na [Dan Galeria](#), que estava localizada a pintura *Summer Love - Gamboa Seasons* (2010), “que era ‘o grande hit’ da SP-Arte/2016”. Chegou a ser noticiado que a obra foi vendida na abertura por R\$16 milhões, informação essa que foi desmentida pelo *marchand*, Peter Cohn, que dirige a galeria. ([MOLINA, 15/04/2016](#)).

129 Marca líder, segundo ela mesma, “no segmento de vinhos espumantes naturais de luxo” (CHANDON, 30/10/2017).

130 Ouvi alguns comentários de meus interlocutores que reportam a uma certa rixa entre o mercado de arte carioca e o paulista – e que inclusive diverge quanto as suas características: o primeiro seria mais festivo, o segundo mais sisudo; os compradores do primeiro prefeririam obras mais coloridas, o segundo, obras mais sóbrias e por aí vai. Isso estende-se, inclusive, para as impressões de atores de outras localidades que não Rio de Janeiro e São Paulo sobre as feiras: a ArtRio seria mais “pomposa”, a SP-Arte, mais contida e organizada, por exemplo.

estrelas internacionais, são pontos de atração do público. Dentre os estandes dessa região, em 2014, estavam os oito maiores da feira. Além de suas grandes dimensões, essas galerias têm acessos por três diferentes pontos/corredores. Ou seja, são espaços privilegiados em múltiplos aspectos.

É também nesse centro da feira, que é “*como se fosse uma praça*”, nas palavras do galerista André Millan (*in SP-ARTE*, 09/04/2017), que estão os maiores *lounges* do evento (com exceção do *lounge* SP-Arte/Chandon que fica na área externa/fumódromo da feira). Os *lounges* são espécies de salas de estar, onde é possível fazer uma pausa em meio à feira, sentar-se, beber água ou um café, por vezes, comer alguma coisa ou beber um *drink*. Esses espaços são produzidos e oferecidos por empresas patrocinadoras do evento e seus parceiros (na planta vemos, por exemplo, um espaço do Itaú; outro da Oi e do Shopping Iguatemi; outro da Minalba Premium). Segundo o site do Iguatemi, sobre o *lounge*, por exemplo, o espaço “foi pensado como um espaço de descanso [...], um ambiente que convida ao acolhimento e reflexão e que proporciona aos visitantes desligar-se das intensas informações visuais e intelectuais que o evento traz”. (IGUATEMI, 20/08/2017) Os *lounges*, em geral projetados especificamente para cada uma das edições das feiras, podem abrigar algumas obras de arte e recebem eventos que integram a programação da feira, como lançamento de livros e revistas e sessões de autógrafos. Nos primeiros eventos que visitei, alguns desses *lounges* eram exclusivos para convidados *vips* e pessoas portando crachás de expositores. Nos últimos anos, na SP-Arte, ao menos nos dias em que me dirigi a eles, estavam abertos a todo o público.

2.4 entrando na feira

Observar a portaria da feira propriamente dita teve um rendimento muito maior do que ficar nas baias em frente as suas entradas observando as pessoas chegando na feira. Enquanto pesquisadora, acessei as feiras de arte de diferentes maneiras: (a) acompanhando algum convidado; (b) utilizando o convite de alguém que iria ao evento e que porventura não pôde ir e generosamente me cedeu “seu passe”; (c) como jornalista, com uma credencial obtida com o auxílio de um extinto blog curitibano que publicava matérias sobre cultura;¹³¹

131 Troquei um texto pela solicitação do passe de uma feira pelo veículo – texto esse que nunca foi publicado porque a página se extinguiu antes que tivesse a oportunidade de fazê-lo.

(d) como público comum, mais especificamente na qualidade de estudante, pagando meia entrada para ingressar ao evento. E, como às vezes os imponderáveis do campo jogam a favor do pesquisador, (e) fui durante alguns dias – ao menos na portaria da feira – uma visitante *preferential vip*, graças a um cartão preto encontrado no chão da feira.

Na *SP-Arte*, as entradas da feira contam com uma bilheteria e estão subdivididas em dois portões, por assim dizer: um destinado ao público comum e outro aos convidados *very important person/people (vips)*. Ser “público comum” significa ter que se dirigir à bilheteria para comprar o ingresso e, em seguida, ao portão onde deve apresentá-lo para entrar no evento. Ser um convidado *vip* significa ter acesso livre e rápido à feira, sem a necessidade de passar pela bilheteria, e usando um portão de entrada exclusivo. Esses convidados se identificam apenas apresentando às pessoas ou às catracas seus convites (seja em uma versão digital, com um *QR code*, seja em formato de cartões, com um código de barras), que são lidos por um aparelho específico portado por alguém ou acoplados a uma catraca. As feiras também são acessadas pelos expositores com crachás/credenciais que têm seus nomes e o de suas galerias (ou escritórios de arte, ou revistas, ou museus) e que utilizam qualquer um dos portões. Jornalistas que estão cadastrados para cobrir o evento, bem como seus próprios produtores, também acessam as feiras com credenciais por qualquer um dos portões. Em dias e horários movimentados, ter acesso à entrada *vip* pode significar poupar muitos minutos de fila, o que é um grande privilégio da perspectiva daqueles que precisam aguardar para comprar seus ingressos e depois para entrar na feira.

Mesmo tendo alguns amigos galeristas e tendo solicitado esses convites *vips* junto às organizações das feiras, apenas uma vez consegui um convite desses através de pessoas diretamente envolvidas na realização desses eventos, e não utilizando convites destinados a terceiros. E isso aconteceu em um evento de médio porte e que não cobrava ingresso de nenhum público. Ou seja, na prática, o cartão *vip*, nesse caso, era um convite para a abertura da feira. Vez por outra conseguia um “convite comum” que me dava acesso a um dia da feira, ou a sua abertura. Além de não estarem à venda, convites *vips* são bastante limitados: cada galeria tem um número específico de cartões que direciona aos seus principais clientes/colecionadores e que, pelos comentários dos expositores, beira a insuficiência em termos de quantidade. Toda vez que perguntava aos galeristas mais próximos se poderiam me ceder um cartão para ir à feira, ouvia que os poucos que tinham recebido já tinham sido

destinados a clientes importantes.¹³² A organização da feira também distribuiu alguns cartões a colecionadores; críticos, curadores e diretores de instituições importantes (pessoas com reconhecido potencial de agregar capital simbólico às obras e artistas expostos – e à própria feira –, que por sua vez pode ser convertido em capital monetário, e/ou ainda pessoas que podem fomentar compras ao pleitear, junto a colecionadores e empresários, doações de obras às instituições em que estão vinculados); apoiadores e incentivadores; pessoas que participam de programações *vips* específicas (grupos de colecionadores, críticos, curadores e diretores de instituições de diferentes países, pessoas as quais os atores do mercado referem-se como influentes). Comentei acima que, certa vez, acessei uma feira como convidada *vip* a partir de um cartão achado. Naquele momento, tinha apenas uma leve noção de que havia os convidados da feira e o “público em geral” do evento. Tinha entendido isso ao, desavisadamente, tentar entrar em um *lounge vip* na última feira que havia ido. Fui barrada porque a área era reservada “*apenas para quem tinha o cartão*”, me informou uma moça bem maquiada, usando um vestido básico preto e salto alto tipo agulha, que ficava parada na entrada do *lounge*. Imaginei que se tratava do cartão do banco a que o espaço correspondia (Itaú). Mas logo entendi, conversando com um galerista, que havia convidados da feira que, mais que convidados, eram *vips*. O cartão foi achado na ArtRio de 2012 e assim sucedeu: em todas as viagens que fiz para fazer campo, me hospedei na casa de amigos. Em 2012, acabei ganhando dois convites para o dia da abertura da feira. Uma sorte, já que dificilmente tinha acesso a convites. Dei um dos convites para Henrique e Giorgia, casal de amigos que estava me hospedando, e encontrei ambos já no local da feira (fui antes, para aproveitar todos os minutos que podia em campo). Saímos caminhando pelo espaço externo do Píer Mauá (nome do espaço onde acontecia o evento, na região portuária do Rio de Janeiro), um corredor a beira-mar que interligava um conjunto de alguns armazéns portuários onde as galerias estavam alocadas. Em nosso percurso, passamos por um *lounge* exclusivo para convidados *vips*: um espaço envidraçado, com sofás, um sushi bar, ar-condicionado – item que me fez desejar acessá-lo várias vezes ao longo daquele dia abafado – e que ficava entre dois pavilhões do Píer Mauá. Logo depois, notamos que Giorgia ficou para trás. Aguardamos e logo ela nos alcançou, trazendo em mãos um cartão preto da feira com a inscrição *preferential vip*. Giorgia me presenteou com o cartão.

132 Uma galeria de pequeno porte tem direito a cerca de 4 convites na SP-Arte.

No dia seguinte ao episódio narrado, uma quinta-feira, primeiro dia de feira para o grande público, ganhei um cartão *vip* de uma amiga galerista que estava voltando para sua cidade – ela visitou o evento a convite dos organizadores, que estavam interessados que ela expusesse no mesmo. Era um cartão prata. Ao me entregar o convite, ela explicou que só era preciso apresentá-lo para acessar o evento. No verso do cartão, dizia que, no dia do *preview*, poderia acessar a feira entre 14h e 22h. No verso do cartão *preferential vip* achado por Giorgia, o horário de acesso, nesse mesmo dia, era das 11h às 22h. Para os demais dias da feira, o primeiro cartão dava livre acesso ao seu portador no mesmo horário do grande público, das 12h às 20h. Já o segundo, permitia que a feira fosse acessada livremente a partir das 11h. Aproveitei o cartão *preferential vip* que tinha em mãos, fui visitar a feira uma hora mais cedo na sexta e no sábado.

A primeira vez que estava entrando na feira com o cartão *preferential vip*, parei em frente ao segurança-porteiro, peguei meu caderno de campo na bolsa e, quando comecei a tirar o cartão preto dentre suas páginas, no momento em que ao menos parte dele fez-se visível, ouvi: “*pode entrar, senhora*”. No dia seguinte, sábado, apenas fiz menção de que iria apanhar o cartão na bolsa e ouvi do segurança um “*pode entrar*”.

Naquela sexta-feira, uma hora antes da abertura da feira, havia pouca movimentação de pessoas no local. Algumas galerias estavam fechadas, com faixas que cruzavam seus estandes de lado a lado, sinalizando para que ninguém entrasse neles. Em outras, os expositores trocavam algumas das obras expostas pelas que estavam no depósito – seja porque não queriam ocupar seus estandes com obras já vendidas, seja porque tinham como estratégia mudar as obras que expunham diariamente, ou a cada dois dias, a fim de apresentar outras obras e outros artistas para o público recorrente da feira.¹³³ Outras galerias, ainda, estavam abertas, a maioria com os expositores a postos para atender seus clientes.

Poucas pessoas circulavam pelo evento sem portar crachás (que os identificavam como pessoas que ali trabalhavam) e observando com certo vagar a feira. Uma dessas pessoas, naquela sexta-feira, era eu. Vestia uma calça bege, de tecido olho de peixe, feita por um alfaiate de Curitiba; um sapato feito à mão azul, vermelho, branco com um

133 A troca de obras expostas foi uma das críticas que ouvi em relação ao formato da feira, “*uma vez que não dá tempo de a gente percorrer a feira toda e tudo muda antes de vermos*”, me disse um fotógrafo curitibano em início de carreira. A esse tipo de comentário, a resposta das organizações das feiras divulgadas eram padrões: “*trata-se de um evento comercial, não de uma feira de arte*”.

pequeno salto; uma camiseta branca e um colar. Esse figurino levou um jornalista, com quem vinha conversando a respeito da feira, a me perguntar se eu toparia dar uma entrevista para uma possível matéria que ele faria sobre como se vestir para ir ao evento – a matéria não aconteceu (ou ele não me procurou para tanto), mas parece que, dessa vez, eu tinha acertado o figurino. Caminhei pela feira toda, achando que pouco tinha rendido chegar cedo. Por mais que esses dias de campo nas feiras fossem intensos e exaustivos, também eram marcados por um certo tédio, em especial no início da pesquisa, quando pouco sabia sobre os eventos que aconteciam paralelamente às feiras. Aproveitava esses momentos para comer algo ou ver arte – afinal, como um interlocutor já havia me dito durante o campo do mestrado, *“para entender o que é arte é preciso ver arte”*. (CORDOVA, 2010) Naquela sexta, foram horas e horas derivando sozinha pela feira sem saber o que procurar ou aonde ir. Aproveitei o momento em que não notava nada acontecendo para entrar em um dos estandes abertos para ver de perto grandes desenhos figurativos e bem realistas que tinham chamado minha atenção no ano anterior. Havia duas expositoras presentes, uma jovem mulher e uma de idade mais avançada. Parei na frente dos desenhos e logo fui abordada pela jovem expositora, que perguntou se eu havia gostado do trabalho. Respondi que sim e perguntei o preço. *“R\$24.000,00 reais”*, ela respondeu, observando que aquela obra que eu observava, especificamente, já tinha sido vendida. Perguntou se a obra era para mim, respondi que não e, em seguida, perguntou se eu queria receber um *e-mail* com as obras disponíveis do artista. Disse que sim e, então, pediu meu contato. Agradei e segui minha caminhada pela feira. No fim do dia, contei a Paulo (o amigo galerista) como tinha sido bem tratada na situação acima descrita. Ele observou que, pela forma como estava vestida e o horário em que estava circulando pela feira, *“devem ter achado que você é art adviser”* – figura do mundo da arte sobre a qual verso no capítulo três.

A separação entre um público comum e de *vips* diz respeito a como as organizações das feiras de arte, os expositores e o mercado de arte como um todo classificam seu público através do seu potencial aquisitivo e de agregar capital simbólico ao evento ou àqueles que nele expõem. Do público “comum” aos *vips*, existem ao menos quatro “categorias”, considerando os diferentes modos de acessos às feiras, que cabe aqui detalhar:

- . O **público** “comum”, formado por pessoas pagantes, pessoas isentas do valor do ingresso, seja por questões legais, promocionais ou, ainda, parte das entradas emitidas

como contrapartidas das feiras aos patrocinadores, apoiadores e leis de incentivo. Essas pessoas acessam as feiras nos horários em que elas estão oficialmente abertas ao público, mediante a apresentação de seus ingressos.

. Os **convidados** são as pessoas que acessam os eventos a partir de convites pessoais digitais ou impressos com distribuição direcionada. Podem entrar nas feiras nos dias e horários das aberturas para convidados (por exemplo, um dia antes da abertura ao grande público, a partir das 19h), e/ou nos horários em que as feiras estavam abertas ao público. Em geral, os convites para as aberturas dão aos seus portadores e a um acompanhante o direito a visitar a feira apenas uma única vez. Quando impressos, esses convites devem ser entregues às pessoas que estão nas portarias das feiras (assim como os ingressos). Dentre esses convidados está uma variedade imensa de pessoas, como era possível observar nos dias das aberturas das feiras: artistas, estudantes de arte, pesquisadores, potenciais compradores, celebridades televisivas...

. Os **convidados *vips*** são aqueles que portam os cartões *vips* e através deles acessam as feiras, com direito a um acompanhante. Nas últimas edições desses eventos, impressos nesses cartões – que, em geral, são entregues via correio por aqueles que organizam as feiras e/ou distribuídos diretamente pelos galeristas (que os recebem em número bastante reduzido) – estavam os nomes dos convidados, códigos de barras e códigos alfanuméricos. Estes últimos códigos davam aos detentores dos cartões acessos às áreas *vips* dos sites das feiras, onde era possível visualizar a programação planejada unicamente para esse convidado, ou a programação aberta ao público, mas para as quais os *vips* teriam algum tipo de preferência. Alguns dos eventos dessas programações são abertos a todos os portadores dos cartões *vips*, outros só são acessados mediante reservas (como é, em geral, o caso dos almoços, visitas à casa de colecionadores etc.), que devem ser feitas via área *vip* do site da feira. Nessa mesma área *vip* há, ainda, alguns recursos específicos, como uma agenda pessoal do convidado relativa à feira

. Os **convidados *preferential vips* e/ou patrocinadores** acessam a feira e seus eventos paralelos de modo semelhante aos convidados *vips*, mas conforme já descrito no episódio do cartão encontrado no chão da ArtRio, têm acesso quase irrestrito ao evento.

Segundo Fernanda Feitosa, a SP-Arte tem ainda um programa “que a gente chama de programa *vip professional*” do qual participam

curadores e diretores de museus, jornalistas e colecionadores. Essas pessoas são convidadas para virem à feira e elas fazem um circuito um pouco diferente. Elas vão a visitas a estúdio de artistas; visitas personalizadas com diretores de museus, então a gente tenta fazer com que o diretor da pinacoteca receba seu público e converse e eventualmente possa levar até o acervo e fazer uma visita um pouco mais personalizada. Eles são convidados para as aberturas de todas as galerias. E são convidados também a visitar algumas casas de colecionadores, porque o que move um colecionador é o que o outro tem. Eu costumo brincar que colecionador é 10% água e 90% ciúmes, então é legal fazer um programa em que o colecionador que vem de fora vá na casa de um local, no caso brasileiro, e veja lá um Geraldo de Barros [...], veja o brasileiro inserido dentro dessa história do Brasil que eles não conhecem. (Fernanda Feitosa in Semana de Artes Visuais da Faculdade de Belas Artes/SP, diário de campo, outubro de 2014)

Uma jovem crítica de arte comentou que, certa vez, acompanhando uma pesquisadora brasileira, visitou a prestigiosa edição norte-americana da Art Basel como convidada *vip*. Na fila para entrar na feira, ouviu reclamações de que agora todo mundo é *vip* e que a feira não é mais tão exclusiva. Ser limitado e não ser “para qualquer um” faz parte da lógica do passe *vip*. O prestígio da Art Basel é tamanho que existem narrativas sobre a corrida dos colecionadores e consultores de arte nos primeiros instantes da feira para garantir as melhores obras de arte e que, uma hora depois da abertura dos portões da feira, mesmo que apenas para convidados, “pode não haver mais nada para comprar” (THORNTON, 2010, p. 92) – ao menos mais nada que interesse aos colecionadores que ali estão.

A principal figura dentre os *vips* é o colecionador. O acesso exclusivo a certos espaços está diretamente relacionado ao privilégio de compra, ou seja, a ter acesso às obras que desejam antes dos “pequenos compradores” e, principalmente, antes dos outros (grandes) colecionadores, que são aqueles que competem pelas mesmas obras.¹³⁴ Isso sem enfrentar filas e um ambiente saturado de pessoas, o que, além de dificultar o deslocamento e a visualização dos trabalhos por parte dos colecionadores, pode tornar as transações comerciais menos discretas. ([FURLANETO; WREDE, 17/09/2012](#)) As feiras são, em grande medida, feitas para os colecionadores – assim como o são os principais espaços comerciais de arte

134 Como bem me alertou Bruna Fetter na ocasião em que leu este texto.

contemporânea.¹³⁵ Como afirma o consultor de arte Philippe Ségalot à jornalista Sarah Thornton, “a melhor situação no mercado de arte é a do colecionador” (in THORNTON, 2010, p. 30), no sentido de que é ele o comprador mais desejado e quem, no fim das contas, tem a oportunidade de conviver com a obra de arte depois que ela sai do artista ou da galeria.¹³⁶

Há um contraste grande entre os diferentes momentos e dias da feira. No horário *preview vip* havia relativamente poucas pessoas circulando e os corredores permaneciam silenciosos. A tranquilidade dos corredores, no entanto, não significa galerias vazias. Em seus estandes, em especial das galerias mais reconhecidas, os galeristas trabalhavam intensamente. Havia um discreto tom festivo, perceptível principalmente pelas taças de espumante (Chandon) que circulam nos estandes e que por vezes são distribuídas gratuitamente. Oferecer bebida ao público é uma prática comum nesses eventos e em casas de leilão. Tem a ver com marcar o tom festivo do início do evento, torná-lo mais atrativo para o público, mas também com “*dar uma forcinha*” para que os ânimos e a impulsividade dos compradores se exaltem, como em uma vernissagem – aliás, a abertura de uma feira é uma grande vernissagem.¹³⁷ Algumas galerias, inclusive, oferecem a bebida aos seus clientes durante toda a feira. Certos galeristas aguardam seus clientes sentados em meio aos estandes

135 Interessante notar que, mesmo sem ter um capítulo especificamente sobre colecionadores de arte, é justamente nos capítulos dedicados aos espaços comerciais, um ao leilão e outro à feira de arte, mas especialmente no segundo, que a autora Sarah Thornton versa sobre os colecionadores em seu livro *best-seller* sobre o mercado intitulado *Sete dias no mundo da arte* (2010).

136 No que tange à Art Basel, Thornton cita a galerista Gladstone, proprietária da galeria que leva seu nome: “– A primeira hora da feira é sempre estimulante e horrível – diz Gladstone – É uma honra quando bons colecionadores fazem de nós sua primeira parda, mas é impossível ter uma conversa de verdade. [...] – É como ser uma prostituta em Amsterdã. Você fica presa naquelas salinhas e não há privacidade alguma.” (THORNTON, 2010, p. 97)

137 A prática de ter bebida gratuitamente à disposição para o público na abertura do evento não é uma regra: às vezes não há verba disponível para tanto, ou não se consegue apoio de empresas de bebida. Por vezes, o público dos primeiros dois dias da feira após o *preview* também tem bebida gratuita à sua disposição – dias esses menos movimentados do que sábado e domingo, quando “o grande público” não ocupa as galerias do evento como no sábado e no domingo. Algumas vezes as bebidas são distribuídas apenas em *lounges* específicos das feiras, outras em carrinhos móveis que percorrem toda a área do evento. Leilões de arte são outros eventos do mercado em questão que oferecem bebidas e alguns petiscos gratuitamente ao seu público. Dizem que é uma espécie de incentivo para os compradores que, animados pela bebida, podem se mostrar mais desinibidos para dar seus lances e efetuar suas compras. Trata-se de uma prática que não se restringe aos leilões e feiras de arte. Estudando o mercado de bois de elite e seus leilões, a antropóloga Natacha Leal comenta que, segundo os criadores de animais e jornalistas com quem havia conversado, as bebidas “estimulariam as compras. Os criadores, mais relaxados e desinibidos devido à ingestão de álcool, ficam mais suscetíveis a dar lances.” (LEAL, 2014, p. 159)

segurando suas taças e com uma ou mais garrafas da bebida descansando dentro de um balde de gelo sobre a mesa, junto com algumas castanhas, catálogos de alguns de seus artistas, um computador ou um *tablet*. Nesses momentos do *preview*, a baixa densidade de pessoas presentes nas feiras (quando comparada com os sábados e domingos das feiras – mas não necessariamente com as sextas e os sábados) tornava possível observar melhor aqueles que ali estavam – todos, supostamente, interessados em vender e/ou comprar obras de arte. Acredita-se que esse movimento limitado em termos de intenções incentiva os compradores a fecharem negócios *in loco*.¹³⁸ Dentre os movimentos que mais me chamaram a atenção nesse momento estavam as abordagens dos expositores aos visitantes *vips* das feiras. Quando se tratava de alguém desconhecido dos expositores, ou quando essa pessoa se mostrava interessada em alguma peça, mas não tomava a iniciativa de conversar sobre esta com os comerciantes, havia um certo padrão nas abordagens destes últimos aos primeiros. O expositor (alguém que trabalhava na galeria ou o próprio galerista) se aproximava sutilmente da pessoa e estabelecia um primeiro contato a partir de algum comentário sobre a obra que a pessoa estava observando (“*é bom esse trabalho, não?*”, “*interessante, não?*”, “*essa é a nova série do artista ‘x’*”). A pessoa abordada, por sua vez e de maneira geral, mesmo que com um discreto balançar afirmativo de cabeça, respondia ao comentário do expositor que, ao tomar a iniciativa da conversa, já deixava expressa sua disponibilidade para atendê-la caso desejasse. Por vezes, o visitante dava continuidade ao diálogo pedindo algum esclarecimento a respeito de algum trabalho/artista exposto ou com a qual a galeria trabalhasse mas não estivesse ali presente – nesse caso era comum o vendedor recorrer a um *tablet* para mostrar imagens de outros trabalhos/artistas. Caso o possível cliente não desse continuidade ao diálogo, mas se mostrasse disponível a ouvir o expositor, o vendedor frequentemente dava seguimento à conversa versando sobre os procedimentos utilizados pelo artista para produzir aquela obra; sobre outros trabalhos da mesma série; sobre obras anteriores do artista; sobre participações do artista em exposições, bienais, leilões (para tanto, comumente mostrava-se catálogos ou livros sobre o artista ou livros de artista¹³⁹ – publicações compõem a paisagem do estande e

138 Segundo o galerista “Max Perlingeiro, da carioca Pinakothek, o intenso movimento também pode inibir grandes colecionadores de fecharem seus negócios *in loco*. É por isso que, diz ele, transações iniciadas dentro da feira podem levar até dois meses para serem concluídas.” (FURLANETO; WREDE, 17/09/2012)

139 Livros sobre artistas podem ser qualquer tipo de publicação que verse sobre o artista e sua obra. Já um livro de artista é um livro projetado pelo artista, pensado enquanto tal como objeto, uma obra de arte em forma de livro.

das próprias galerias, junto com as obras de arte e das mesas e cadeiras para receber os clientes); sobre outros compradores do artista, em especial colecionadores importantes; sobre outras pessoas interessadas naquele trabalho; na recepção do artista na feira etc. Ao término da conversa, quando ela não levava à venda da obra ou um sinal mais efetivo de interesse na mesma, era comum que o expositor entregasse algum cartão da galeria para o possível cliente e pedisse seu contato para incluir no *mailing* da galeria.¹⁴⁰ Essa forma de abordagem, que pude vivenciar algumas vezes e observar outras tantas em minhas derivas pelas feiras de arte, versa, dentre outras coisas, sobre aquilo que está por trás do preço da obra de arte e que cria o lastro dessa mercadoria tão específica: a trajetória do artista (seu currículo), os lugares por onde seus trabalhos circulam, as instâncias pretensamente desinteressadas do mercado que reconhecem seu valor artístico (prêmios, museus, bienais...), e instâncias reconhecidas do mercado, como feiras e os próprios compradores colecionadores de arte. Quando chega a hora da abertura da feira para os convidados, os ânimos vão aos poucos se exaltando. Nas primeiras edições desses eventos que visitei, quando o mercado brasileiro de arte contemporânea se mostrava em plena expansão e parte significativa dos galeristas comemorava vendas acima de suas expectativas ou tidas como muito boas, o clima geral no momento da abertura era bastante festivo. Com o passar dos anos, tenho a sensação de que a euforia das aberturas se retraiu junto com o crescimento do mercado de arte.¹⁴¹ Logo que a

140 Nas feiras há um intenso processo de trocas de cartões de visita. Na volta de cada investida ao campo, trazia comigo um pequeno maço de cartões. Após o primeiro ano de pesquisa nesse contexto, optei por fazer um cartão de visitas para me apresentar e ter o que dar em troca quando recebia um cartão, atendendo, assim, aos pedidos de cartão que ouvia. Muito embora pesquisasse as artes visuais contemporâneas há alguns anos, foi somente agora, ao me aproximar do mercado de arte, que observei a troca constante de cartões de visitas (o que é um modo com um tom mais formal e profissional para trocar de contatos). Pude observar, inclusive, que algumas galerias que expunham nas feiras tinham um caderno onde anexavam os cartões de visita (com cliques ou grampeadores), com rápidas anotações a respeito do dono do cartão. Conversei com uma galerista a respeito e ela me explicou que toda feira que faz tem um caderninho, cujas anotações e contatos são acionados nos dias subseqüentes ao evento, de acordo com a demanda de cada cliente e da própria galeria.

141 O mercado brasileiro de arte contemporânea teve seu ápice de crescimento em 2012-2013. “Desde 2014, o contexto nacional já não é tão favorável, a instabilidade política e a estagnação da economia [nacional] estão afetando fortemente o campo da cultura, e há fortes indícios de retração dos investimentos público e privados no campo da arte contemporânea.” (FIALHO, 2017, p. 381) Em nota, Ana Letícia destaca que chegou a ser noticiada retração de até 50% das vendas das galerias. Bruna Fetter coloca, em sua tese, que “um dos impactos da desaceleração do mercado brasileiro pode ser percebido na 12ª. edição da SP-Arte, realizada em abril de 2016. Foi a primeira vez na história da feira paulista que houve um decréscimo do número de galerias em relação ao ano anterior” (FETTER, 2016, p. 17) – Bruna observa, em nota, que tal fato não foi destacado pela imprensa nacional, mas noticiado em um veículo estrangeiro.

feira abre aos convidados, seus corredores rapidamente se enchem de artistas renomados ou não, “inseridos no mercado” ou não; atores famosos, cantores, jornalistas e apresentadores de programas televisivos; estudantes, professores, críticos e pesquisadores das artes; outras tantas pessoas interessadas em artes visuais que não aquelas diretamente relacionadas ao seu mercado; pessoas que estão começando a participar do mercado na qualidade de compradores (jovens colecionadores ou ricos emergentes);¹⁴² convidados dos patrocinadores do evento etc. Nas aberturas das feiras o público é bastante diverso, do empresário engravatado ao artista de cabelos coloridos usando vestidos estampados; da *socialite* e suas roupas de grife à estudante de arte de jeans e camiseta.¹⁴³ Certa vez encontrei Luiza Peres¹⁴⁴ na abertura de uma SP-Arte, uma jovem crítica de arte que, em diferentes oportunidades nas quais tive de conversar com ela, em outros contextos do mundo da arte, se posicionava claramente contra artistas e especialistas que optavam por trabalhar junto ao mercado de arte. Ela estava bastante animada, com uma taça de Chandon na mão. O mesmo aconteceu em relação a alguns artistas enfaticamente críticos ao mercado que encontrei em feiras ao longo desses anos. Esses encontros contrastavam com uma fala muito comum de se ouvir nos corredores desses eventos: “feira não é lugar para artista”. “Tem muitos artistas que não suportam vir à feira”, me afirmou Paulo Nóbrega. “Por quê?”, perguntei. “Porque não é sobre arte, é sobre mercado. Aqui arte é transformada em mercadoria e os artistas não suportam ver isso.” (diário de campo, abril de 2013) Thornton, em *Sete dias no mundo da arte*, ao narrar seu encontro com o artista [John Baldessari](#), destaca:

Uma das piadas muito repetidas de Baldessari é que um artista na feira de arte é como um adolescente invadindo o quarto dos pais enquanto eles fazem sexo. Baldessari explica:

142 Uma figura comum nas feiras, atreladas a esses novos compradores, são pessoas tidas como ricas emergentes (novos ricos), muitas vezes identificadas pelos expositores pelo figurino tido como exagerado, carregado de jóias, tecidos e estampas chamativas. Trata-se de um tipo de vestuário que, em algumas situações, ouvi comentários de galerias (e por vezes de artistas) sobre sua inadequação – que muitas vezes é atrelada a uma inadequação dessas pessoas frente a obras de arte. Em 2014, a *socialite* Narcisa Tamborinduguy fez, para o *site* Glamurama, um vídeo sobre a SP-Arte, no estande da Pace Gallery, na SP-Arte. A inadequação do modo como fala sobre obras e artistas, bem como a atitude que tem diante das obras (tocando-as, para o total desconforto da expositora), transformou o vídeo em um [viral](#) que foi retirado do ar pelo site, mas que foi repostado por outros internautas. (Narcisa Tamborinduguy in GLAMURAMA, 12/09/2014)

143 Assim como o são nossas elites, essa diversidade fica restrita a um público majoritariamente formado por pessoas brancas.

144 Nome ficcional.

– Nas feiras, os galeristas são reduzidos a mercadores, um papel no qual eles não devem ser flagrados por seus artistas. As expressões preocupadas nos rostos dos pais significam: “O que você está fazendo aqui?”

Os artistas costumam ver feiras com uma mistura de horror, alienação e diversão. Eles se sentem desconfortáveis quando todo o trabalho duro no ateliê é reduzido a algo que supre uma demanda voraz, e estremece à visão da arte acompanhada de tão poucas conversas substanciais. Quando pergunto a Baldessari se está na feira desde a abertura pela manhã ele responde:

– Está brincando? Eu não colocaria os pés na feira antes do almoço [referência ao horário de movimento mais intenso de colecionadores no *preview* do evento em questão]. Seria um inocente indo para um matadouro. Noite passada Baldessari teve um pesadelo com a feira, e depois disso dormiu muito pouco. Em seu sonho estava achatado. Ele se tornou um retrato dele mesmo, cortado e colado.

– Eu me lembro vagamente de ser examinado clinicamente por muitos médicos. Eu estava sob escrutínio visual e físico – diz com sua voz grave –. Não se dizia nada, todos olhando para mim. (THORNTON, 2010, p. 105)

Voltando ao contexto brasileiro, alguns artistas não apenas se fazem presentes nas feiras, como veem a mesma de maneira bastante positivada. É o caso do já citado artista curitibano Claudio Alvarez:

No aspecto geral, as feiras tiveram um papel significativo na evolução da minha produção artística. A possibilidade de mostrar meu trabalho em feiras de arte, como a SP-Arte, ArtRio, ArcoMadrid, [Crossroads](#),¹⁴⁵ nas quais participam um número expressivo de galerias de diversos países, e por onde circulam pessoas do mundo inteiro, entre colecionadores, curadores, críticos e representantes de instituições culturais, abre um amplo panorama que ultrapassa possíveis retornos financeiros. Participar destes eventos significa também um aprendizado que resulta do contato com estes recortes representativos de boa parte do que está sendo produzido na atualidade. Este contato me ajuda a refletir sobre como o meu trabalho se situa neste panorama. As palestras, debates e discussões sobre o mercado das artes e toda a programação cultural desses eventos cria uma teia de relações entre os atores desse circuito. Este conjunto de fatores constitui elementos propulsores na dinâmica de processos que envolvem meu trabalho. (Claudio Alvarez, 20/08/2016, conversa pessoal via *WhatsApp*)

As aberturas das feiras, tal como aberturas de exposições, são momentos festivos em que diferenças e críticas ao mercado podem ficar, contextualmente, de lado. Até porque se são, por um lado, momentos propícios para ver e ser visto, produzir *networking* e mostrar o quão (bem) relacionado se é (e, assim, produzir mais interesses sobre a pessoa e

145 Feira londrina que acontece em outubro. Abriga certa de 50 galerias, dando preferência a “galerias mais experimentais e menos comerciais.” (tradução minha, CROSSROADS [site], último acesso em 02/10/2017)

gerar mais contatos, ampliando a rede), as feiras são momentos de socialização. Ou seja, gostando ou não do mercado, sendo crítico ou não a ele, são uma oportunidade para ver amigos que se relacionam mais ou menos aos atores do mercado. E, nesse contexto, parece ser possível, ao menos para alguns, aproveitar certas benesses do mercado (como o *Chandon* distribuído gratuitamente) sem, no entanto, trabalhar para ele.

Assim como parte significativa das aberturas de exposições, a abertura da feira não é um bom momento para ver arte e as obras expostas: são muitas pessoas no ambiente e dentro dos estandes, o que dificulta a locomoção pelo espaço e a visualização dos trabalhos. Grande parte das pessoas que chegam a esses eventos vai direto ao encontro de pessoas específicas, em pontos específicos da feira, como, por exemplo, junto ao estande de determinada galeria. Artistas que estejam expondo em determinado lugar, muitas vezes, ficam junto ao galerista (ou aos galeristas)¹⁴⁶ que os representam. Os estandes de algumas galerias tornam-se espécies de pontos de encontro de diferentes grupos de artistas. Sei, por exemplo, que a maneira mais segura de encontrar artistas curitibanos com os quais me relaciono é indo ao estande da galeria Ybakatu, dando uma passadinha na Sim Galeria. Que para encontrar alguns interlocutores cariocas, o ideal é dar uma passada no estande d'A Gentil Carioca. Que uma hora ou outra algum conhecido irá ao fumódromo – e ir fumar um cigarro era também ir fazer algo, uma pausa na deriva a procura de encontros dentro do evento.

Havia um certo desconforto em estar sozinha nas feiras e tantos outros eventos de arte, em especial em suas aberturas. Aprendi, frequentando sozinha tais eventos fora de minha cidade, que o ideal é estar acompanhada nessas situações, ou estar tão integrada com o contexto pesquisado que, ao se ir sozinha a eles, se encontre pessoas conhecidas a tal ponto que seja possível ficar junto a elas. Em Curitiba, minha cidade natal e que abrigou parte significativa dos meus campos de pesquisa anteriores, em pouquíssimos momentos experienciei estar sozinha nesses eventos. Muitas vezes, inclusive, retornava às exposições em outro momento, pois eram tantos encontros e conversas nas aberturas que não havia tempo de ver arte. Já na pesquisa de campo de doutorado, não raras vezes, notei que era a única pessoa desacompanhada e desconhecida nos eventos do mercado de arte, mesmo tendo chego a tais eventos através de sua divulgação ao público em geral em diferentes meios de comunicação.

146 Alguns artistas expõem, simultaneamente, em mais de uma galeria dentro da feira – o que acontece especialmente quando são representados por galerias diferentes de diferentes cidades, mas ambas se encontram no evento.

Estar sozinha nessas situações, na maioria das vezes, mostrava às demais pessoas que ali estavam que eu estava descolada daqueles contextos, que não pertencia àquele meio. Um não pertencimento ao mercado de arte que, notei, produzia mais descolamentos e não pertencimentos. Em um contexto em que se observa e é observado, em que se mostra publicamente quem você é através de suas relações, em **que se é alguém a partir de suas relações**, estar sozinha e não ser conhecida pelos “meus pares” não facilitava aproximações com as pessoas que estavam naqueles espaços. Nesses eventos as pessoas expressam uma às outras suas redes de contato (e influências), suas relações, assim como produzem novas relações e reforçam as já existentes.

Nesse sentido, gostaria de chamar a atenção (e que o fique ainda mais claro quando falarmos mais especificamente do colecionismo) para o fato de que no mercado de arte, ao contrário daquele mercado que aliena relações e do que nos ensina Simell em *A filosofia do dinheiro* (ou em *As grandes metrópoles e a vida do espírito*) – a presença do dinheiro não despersionifica relações comerciais, não fomenta o anonimato entre as partes –, o agenciamento é feito em grande medida através de relações particulares, personalizadas, íntimas. Nele, quem está dentro sabe quem é quem e importa quem é quem – e nesse “quem” está embutida também uma certa personificação do dinheiro, da ideia de um dinheiro bem gasto, usado com propriedade, quiçá “intelectualidade” e paixão. Não se trata exatamente de um mercado de anônimos – como poderia ser um banco transacionando fundos de ações, por exemplo –, muito embora seja cheio de segredos.

Uma situação bastante emblemática vivida em campo foi o último dia da ArtRio 2012. Naquele ano, em sua segunda edição, a feira teve um público total de 74 mil visitantes circulando nos 7.500m² que abrigavam o evento – no mesmo ano, a SP-Arte recebeu um público na casa de 20 mil pessoas (FURLANETO; WREDE, 17/09/2012) em seus 20.000m². (FURLANETO, 11/08/2013) Não encontrei informações sobre quantas pessoas circularam pela feira naquele domingo, mas a quantidade de visitantes dentro dos quatro armazéns do Pier Mauá foi tamanha que teve galeria guardando obras que considerava frágeis e fechando seu estande antes “temendo que obras fossem danificadas pelo público”. (FURLANETO, 04/04/2013) “Abriram as porteiças, soltaram a boiada”, ouvi de um galerista que me narrou o que aconteceu naquele dia. Associar com gado as pessoas que visitaram a feira naquele domingo disse respeito tanto à quantidade de pessoas como à

maneira como elas se comportavam no local. Alguns comentaram, “como Max Perlingeiro da [galeria] carioca Pinakothke, [...] que o intenso movimento também pode inibir grandes colecionadores de fecharem seus negócios in loco. [...As] transações iniciadas dentro da feira podem levar até dois meses para serem concluídas.” (FURLANETO; WREDE, 17/09/2012) E, assim, uma feira com um “público exagerado [...] funciona mais como um grande *showroom*’ — completa Perlingeiro”.¹⁴⁷ (id. *ibid.*) Ainda referente ao último dia da ArtRio de 2012, ouvi queixas de que algumas pessoas tentaram tocar em obras de arte, muita gente comia e bebia dentro dos armazéns e dos estandes das galerias. O jornal *O Globo* publicou a seguinte declaração de uma funcionária da galeria americana [Hauser & Wirth](#): “Não se pode esperar que o público saiba como se comportar numa feira de arte, se esse público não é habituado a ir a esse tipo de evento. Se eles queriam levar tanta gente à feira, deveriam ter pensado em avisos nas entradas, seguranças e monitores explicando as regras.” (*in* FURLANETO; WREDE, 17/09/2012) No ano seguinte, no mesmo jornal, em uma matéria sobre os preparativos da próxima edição da feira, uma de suas diretoras declarou: “A gente quer que o público vá, que a pessoa que não é compradora vá. A ArtRio tem esse cunho também, um pouco cultural e social, e a gente quer ter sempre — diz a diretora, que em seguida pondera. Só que se chegou a um limite que ficou até meio perigoso, muita gente...” (Brenda Valansi *in* FURLANETO, 11/08/2013)

A situação descrita remeteu à clássica noção de distinção de Pierre Bourdieu (BOURDIEU, 2007a), que tem a ver com o consumo de arte (BOURDIEU; DARBEL, 2003) e um consequente saber se portar diante da mesma — que, por sua vez, está relacionado a uma certa introspecção, a um saber se posicionar para observar as obras, um cuidado com estas e com o ambiente em que elas se encontram, já que se tratam de objetos valiosos, quase sagrados. Por certo trata-se de uma distinção de classes econômicas, mas também, e talvez principalmente, de classes artísticas. Isso porque, se o público preferencial (e *vip*) das feiras é os compradores de arte, em especial colecionadores, a grande maioria de seu público especializado (aquele não *vip*, mas que acessa os convites para ir à abertura do evento) é composta por outras tantas pessoas artísticas — artistas, estudantes de arte, pesquisadores,

147 Mas, ainda assim, o galerista que trabalha no mercado secundário de arte (lembrando, o mercado de revenda de obras de arte), “diz ter ultrapassado R\$1 milhão em vendas. Ao todo, oito obras, de Franz Weissmann, Di Cavalcanti, José Pancetti e Pedro Vasquez, foram arrematadas no estande do *marchand*.” (FURLANETO; WREDE, 17/09/2012)

críticos de arte, professores... E se galeristas e compradores de arte tendem a pertencer a uma elite econômica (ricos e super-ricos), as demais pessoas pertencentes ao público especializado tendem a pertencer ao que comumente chamamos de classes médias.¹⁴⁸

Ir à feira de arte para ver arte está na base de uma crítica comum às feiras de arte que diz respeito à maneira como as obras são apresentadas nesses contextos. Certa vez, uma artista com a qual percorri uma das edições da SP-Arte me disse: “*São muitas coisas amontoadas, tem estande que não tem nada a ver com nada, as coisas são penduradas de qualquer forma, você vê muita coisa ruim.*” (diário de campo, abril de 2014) Não é algo que possa ser generalizado para todas as galerias. Vi galerias, inclusive, contratarem curadores para cuidar da escolha das obras que seriam apresentadas na feira, bem como da expografia¹⁴⁹ de seu estande. No vídeo [Bastidores da montagem](#) da SP-Arte/2017, realizado pelo canal [Arte 1](#), o galerista André Millan, da galeria Millan (SP), declara: “*O que eu mais sei fazer na minha profissão é montagem*”. A partir disso explica o que ele estava planejando para uma das paredes de seu estande. “*Aqui é um lugar de passagem, como se fosse uma praça. Então eu entendi que colocar essas imagens do [Miguel Rio Branco](#) viriam muito bem. E, não sei dizer exatamente por que, me passou pela cabeça pintar a parede de azul. O resultado tá aí, é ótimo, é excelente, ficou maravilhoso.*” (ARTE 1, 09/04/2017) Já a artista [Carolina Martinez](#) fala sobre um estande cuja “*ideia principal [... é uma] instalação site specific com o rodapé, que dá uma movimentação [para o estande] e dá a ele um caráter escultórico*”. (id.ibid.)

Mas, mesmo considerando que cada estande tivesse aquilo que os interlocutores dessa pesquisa chamam de *curadoria*, ou uma preocupação curatorial, essa ficava restrita aos limites de suas áreas expositivas. Na maior parte das feiras que visitei, eram

148 Guardadas suas devidas proporções, o incômodo com a “invasão” dessa massa de pessoas não artísticas à feira me lembrou o relativamente recente fenômeno dos *Rolezinhos*. Neles, “adolescentes das periferias urbanas se reúnem em grande número para passear, namorar e cantar *funk* nos *shopping centers* de suas cidades” ([PINHEIRO-MACHADO; SCALCO, 2014](#), p. 02). Ao ocupar lugares de consumo que tinham como público preferencial classes médias e altas, que se mostraram incomodadas com os mesmos, levando donos de alguns estabelecimentos a conseguir na justiça o direito de barrar os jovens rolezeiros na porta de seus *shoppings*, gerando muita discussão na mídia sobre a “ferida aberta da segregação racial e social na sociedade brasileira” (id. ibid.). “Apesar de terem aparecido muitos argumentos de que a população era contra os rolezinhos simplesmente porque eles causavam tumulto e aglomeração no espaço público, ficava evidente que tamanha raiva dirigida a esses grupos não residia apenas no fato de eles estarem causando bagunça. O grande descontentamento vinha das camadas médias e altas, que sentiam a sua paz ameaçada em um lugar até então protegido da desigualdade.” (id. ibid., p. 11)

149 A expografia aqui tem a ver com a forma como o estande é projetado/arquitetado para receber obras de arte e a forma como elas são expostas no mesmo.

mais de 100 expositores colocados lado a lado, cada um com sua pequena exposição que, em geral, não conectava-se com aquilo que era mostrado ao lado, a não ser coincidentemente: as lógicas de distribuição das galerias não consideravam as linguagens com as quais elas trabalham, ou suas proposições curatoriais específicas. Isto tornava as feiras visualmente barulhentas, saturadas de informações.

Em diferentes situações, ouvi diretoras de feiras rebaterem críticas como as acima colocadas, destacando que feiras são eventos comerciais, que não têm a menor pretensão de serem exposições e nem qualquer compromisso com o público nesse sentido. (diário de campo, outubro de 2014) No entanto, publicamente, afirmam que não se trata simplesmente de um evento comercial. Em entrevista para uma série chamada *Gente de Arte*, do portal de arte [O Beijo](#), Fernanda Feitosa, diretora da SP-Arte, declarou

Ingênuos são aqueles que acham que a feira de arte é só comércio. Como disse a galerista Luciana Brito, a galeria (e também as feiras) não é só um ponto de venda. É um ponto de reflexão, mostram o que está acontecendo, o que muita gente está pensando. É um retrato vivo da nossa sociedade [...]

Às vezes, a imprensa muito preocupada com fatos, fica preocupada com se vendeu ou não, se é barato ou caro. São preocupações um pouco simplistas. O que acontece lá é uma polifonia de manifestações culturais que não têm valor comercial. (Fernanda Feitosa em [ASSIS, T., 31/03/2016](#))¹⁵⁰

150 Observo que a ênfase na feira como um evento que não é estritamente comercial e que está além dos números aconteceu em uma matéria publicada às vésperas da SP-Arte 2016, quando, dado ao então contexto econômico e político do país, era esperada a segunda queda consecutiva nas vendas do evento – e a segunda queda de vendas da história da feira. Entre 2012 e 2013, houve uma expansão de 58% no volume de negócios realizados na feira. No ano de 2015, houve uma queda das vendas estimada em torno dos 11% em relação a 2014, de R\$250 milhões para R\$222 milhões. ([MARTÍ, 16/04/2015](#)) Em 2016, a organização da feira já esperava uma retração ([MARTÍ, 06/04/2016](#)), que foi na casa dos 45% em relação ao ano anterior, cerca de R\$180 milhões. ([MARTÍ, 15/04/2016](#)) Em 2017, com *record* de público, houve uma nova retração em relação ao ano anterior, na casa dos 16%. ([MARTÍ, 18/04/2017](#)) Os cálculos das vendas foram feitos a partir dos dados fornecidos pela Secretaria da Fazenda Paulista, baseados nos pedidos de isenção do imposto sobre circulação de mercadorias e serviços (ICMS). Desde 2012, o governo do Estado de São Paulo oferece tal isenção para as transações realizadas na feira, em galerias paulistanas, ou entre galerias brasileiras ou estrangeiras e cidadãos paulistanos, na aquisição de obras que custem até R\$3 milhões. (MARTÍ, 16/04/2015) O intuito é fomentar a importação de obras de arte, bem como o mercado brasileiro de arte contemporânea, promovendo a inserção da capital paulista no cenário internacional das artes visuais. ([SP-ARTE, 20/02/2016](#))

2.5 o pós-feira

Assim como uma feira de arte começa antes para boa parte dos atores que nela trabalham, ela também termina depois. O processo de desmontagem em si é muito mais ágil do que o de montagem, tendendo a não levar mais do que algumas horas após o encerramento do evento aos olhos do público. Poucos minutos após a feira encerrar, começam os movimentos de montadores e equipes de transporte contratadas pelas galerias passando com caixas de madeira para guardar e transportar obras de arte e carrinhos para carregar aquelas de grandes dimensões.

Certa vez, ao término de uma feira de médio porte, a PARTE, cuja edição acontecia no [Paço das Artes](#), tive a oportunidade de ajudar Tuca, proprietária da galeria curitibana Ybakatu, a desmontar seu estande. Participaram do processo de desmontagem a própria galerista; Fabiana, seu braço direito na galeria, e um dos artistas que a Ybakatu representa, [Hugo Mendes](#).¹⁵¹ Em cerca de duas horas, tiramos as obras das paredes, desmontamos aquelas que tinham que ser desmontadas, colocamos cada trabalho dentro de suas respectivas caixas, guardamos o material gráfico e de escritório que a galeria tinha levado à feira. Deixamos tudo pronto para que, no dia seguinte, a transportadora levasse aquilo que não foi vendido de volta a Curitiba. Os trabalhos arrematados durante a feira, se bem me lembro, eram de pequeno e médio porte, e os compradores os levaram consigo no ato da compra. Enquanto desmontávamos o estande, um galerista passou por ali e perguntou a Tuca como tinham sido as vendas. Comentou que a feira tinha sido fraca para grande parte dos galeristas e que havia vendido bem para o contexto. (diário de campo, outubro de 2014)

A volta para casa e/ou para a sede de uma galeria não marca necessariamente o fim de uma feira. Ela, desejavelmente, reverbera nas próximas atividades dos expositores. É preciso entregar algumas obras a seus respectivos compradores ou deslocar trabalhos até a casa de potenciais futuros proprietários para que possam vê-las em suas paredes para que, então, optem ou não por sua compra.¹⁵² Algumas obras exigem uma certa *expertise* em seus

151 Nas galerias de pequeno/médio porte, uma das maneiras de viabilizar a ida à feira é contar com o suporte dos artistas na montagem e desmontagem dos estandes e no próprio atendimento ao público. Essa foi também, por exemplo, a estratégia da curitibana [Boiler Galeria](#) nas edições da SP-Arte de 2015 e 2016.

152 A prática de fazer empréstimos para que o cliente em potencial teste as obras em suas casas é relativamente comum em algumas galerias. Tuca particularmente me disse: “não tenho muito essa conduta de emprestar obras para os clientes verem como fica e tals. Já fiz algumas vezes, quase

processos de instalação, demandando, por exemplo, que os próprios artistas as instalem nas casas dos compradores. É preciso se comunicar com todos aqueles que ficaram interessados em determinadas obras e artistas, enviando imagens e demais materiais sobre os mesmos (portfólios, obras disponíveis para aquisição etc.), inserir os contatos obtidos durante a feira no *mailing* da galeria – algumas vezes recebi esse tipo de material por *e-mail* após ter demonstrado interesse por algum artista (e possivelmente ter sido confundida com uma compradora). É preciso, também, fazer o balanço contábil da feira, pagar seus fornecedores e artistas.

2.6 eventos paralelos

Foram poucas as vezes que consegui acompanhar eventos exclusivos para os convidados *vips*, pois, quando os convites chegavam em minhas mãos, eles já estavam lotados. Outros tantos eventos que acontecem nas feiras são fechados apenas para convidados de seus organizadores (como o são, em geral, jantares e festas promovidas por alguns galeristas ou colecionadores). Uma única vez tive a oportunidade de ir a uma festa na casa de um colecionador. Essa oportunidade surgiu quando íamos embora, no fim de uma abertura na Galeria Vermelho, uma das principais galerias paulistanas. O convite da festa chegou informalmente ao grupo de artistas com o qual estava, a partir de um artista recifense que mora em São Paulo. O endereço do evento circulou via *WhatsApp*. As pessoas, aos poucos, foram se organizando dentro de *Ubers* e seguindo seus rumos, algumas para a festa, outras para casa ou os locais em que estavam hospedadas. Eu estava exausta e já tinha planos para a próxima manhã (iria acompanhar a fala de um casal de colecionadores na feira). Decidi ir para casa e, apenas no dia seguinte, amarguei ao saber que se tratava de uma festa na casa de um colecionador e que perdi uma das raras oportunidades de entrar em uma coleção particular. E, me contou uma amiga curadora, “*a coleção era impressionante, bem como o jardim da casa*”. (diário de campo, abril de 2016)

sempre quando a venda tem um arquiteto ou *advisor* envolvido. Às vezes as pessoas têm dúvida quanto à medida, se vai dar certo em um determinado lugar ou não. Normalmente são compradores que têm um local específico para aquela obra.” (Tuca Nissel, conversa pessoal via *Messenger* em 10/09/2017)

Frequentei algumas poucas festas nas feiras que visitei – acho que, inclusive, frequentei menos festas do que casas de colecionadores. E isso aconteceu, em grande medida, por não ser simples acessá-las: em geral são fechadas (seus convites eram direcionados pelos seus organizadores) e era preciso ir a elas acompanhada de algum interlocutor disposto a fazer a mediação entre a desconhecida pesquisadora e aquele grupo composto preferencialmente por pessoas conhecidas, desejavelmente com algum grau de intimidade; ou, minimamente, amigas de amigos. Como comentei anteriormente, minha impressão era de que ir sozinha a esse tipo de evento, realizado entre e para pessoa afins, gerava mais isolamento e incomunicabilidade do que oportunidades de conexão e relação com os atores de minha pesquisa. Talvez justamente por isso os encontros nos corredores da feira em momentos de baixo movimento e no fumódromo, aquela pausa para o cafezinho, a cerveja depois da feira com quem desejava escapar um pouco daquele contexto e seus eventos paralelos, os comentários com as pessoas sentadas ao lado nas palestras, ou convidar pessoas que procuravam lugar nos restaurantes que atendiam o evento a se sentar comigo à mesa, foram muito mais eficientes no sentido de produzir informações para essa pesquisa do que essas festas – que, particularmente, ao pensar esse projeto de pesquisa, esperava que teriam mais eficácia nessa direção.

Algumas festas são bastante comentadas e esperadas durante as feiras, em especial aquelas promovidas por galerias mais “descoladas”, sediadas nas mesmas cidades que os eventos. Tratam-se de festas que misturam artistas, curadores, galeristas, colecionadores e pessoas afins, muitas vezes realizadas nas sedes das galerias, regadas a aperitivos e, principalmente, bebidas disponibilizadas gratuitamente aos convidados. Em geral não são festas onde as pessoas dançam, mas festas onde se bebe e conversa, onde as pessoas expressam suas redes de relação e diferentes níveis de intimidade com pessoas que importam dentro desse contexto – e, assim, constroem suas importâncias. A imagem genérica que faço desses eventos é a de pessoas conversando em pequenos grupos de três a cinco, com suas bebidas em mãos, vez por outra trocando de roda. “*Mas a festa mesmo não é essa na galeria. É a que acontece depois na casa de José,¹⁵³ um dos sócios da galeria. Essas festas são famosas, com muito sexo e drogas*”, me alertou Paulo. (diário de campo, abril de 2015)

153 Nome ficcional.

Uma festa de galeria particularmente interessante em que fui e é um contraponto às festas de gente seleta das galerias foi a festa de 10 anos da galeria *A Gentil Carioca*. Como é de praxe das festas da galeria, o evento aconteceu em frente a sua sede do centro do Rio de Janeiro, que fica em um sobrado no Saara (nome relativo a sigla de Sociedade de Amigos das Adjacências da Rua da Alfândega). Trata-se de uma região tradicional de comércio popular no Rio de Janeiro. Segundo o próprio *site* da galeria sobre seu entorno, o lugar é “conhecido como o maior mercado aberto da América Latina e fundado no século passado por imigrantes árabes e judeus”. Ao redor da galeria, “encontra-se todo tipo de bugigangas e especiarias, atrativo fundamental para muitos artistas e curiosos. É sobre uma destas lojas que a Gentil tem sua presença, em um sobrado dos anos 20.” ([A GENTIL CARIOCA](#), último acesso em 20/10/2017) O lugar, que é bastante agitado e movimentado durante o dia, ganha ares soturnos com seus antigos sobrados e poucas almas circulando à noite. “*Muito perigoso*”, definiu categoricamente o taxista que, no fim da noite, levou a mim e aos amigos que me acompanharam de volta para casa. A festa chamou minha atenção por ser um ponto fora da curva dentre as que visitei, com um clima mais extrovertido, relaxado e descontraído, mas, principalmente, por não se tratar de uma festa fechada a um grupo muito restrito de pessoas. Realizada na rua, dentro daquele contexto, pude ver ali, convivendo em um mesmo espaço, a senhora bem-arrumada com laquê no cabelo, o galerista poderoso, o artista descolado, estudantes de arte e pessoas que aparentemente habitavam, mesmo que contextualmente, as ruas da região. (diário de campo, 2013)¹⁵⁴ Receber esses convites

154 Esse tipo de proposta é bem coerente, inclusive, com a própria concepção d’A Gentil Carioca, que se vende como “uma galeria de arte contemporânea que se diferencia de outras galerias por suas características particulares, uma delas é a de ter sido idealizada por três artistas – Márcio Botner, Ernesto Neto e Laura Lima – iniciativa que a torna única no Brasil. Também a sua proposta e propósito são generosos, trata-se de fazer desta galeria um lugar para se pensar, produzir, experimentar, celebrar e comercializar a arte.” ([A GENTIL CARIOCA](#), último acesso em 20/10/2019) Seus estandes nas feiras são pontos de encontro de amigos – e a relação entre os artistas representados pelas galerias e seus proprietários parece ser essa. Como disse Ernesto Neto, em uma entrevista veiculada no canal do YouTube da ArtRio, é a “nossa casa, nossa família”. E continua: “A gente faz dez anos de galeria. De galeria... Sei lá se é galeria a Gentil. A Gentil é uma outra coisa, a Gentil é um acontecimento.” (Ernesto Neto em [ARTRIO, 07/09/2013](#)) A Gentil Carioca tem algumas propostas relacionadas a ocupação de espaço públicos (como é o caso do projeto [Parede Gentil](#), com que tive contato ainda antes de ingressar no mestrado) e diferentes artistas por ela representados trabalham também com a e na rua. Após a festa descrita, comentei com Paulo Nóbrega, que era sócio de uma galeria em São Paulo, que achei interessante ver colecionadores e galeristas importantes no meio do Saara, parecia que eles estavam se divertindo muito com uma experiência que, para eles, poderia ser um tanto quanto excêntrica: estar no Saara àquela hora só era possível porque aquela festa “*artsy*” criou uma licença para que aquelas pessoas ali estivessem, uma espécie de território temporário

específicos ou estar presente em um desses eventos fechados do mercado de arte é um sinal de reconhecimento e demonstra determinado *status*. Ouvi de meu amigo Paulo: “*a Débora,¹⁵⁵ que trabalha na galeria [brasileira] Y, recebeu um convite para o jantar que a galeria X [estrangeira, uma das principais galerias que estava expondo na feira] vai dar hoje à noite para os colecionadores. Todo mundo queria estar lá.*”¹⁵⁶ (diário de campo, abril de 2014) Ouvi isso quando conversávamos justamente sobre a importância das redes de relações das pessoas que trabalhavam nas galerias para ter acesso aos colecionadores e vender obras de arte. Os jantares com os colecionadores são bastante mencionados em campo, tanto pelos galeristas, como pelos artistas. Para os galeristas, são momentos tidos como privilegiados para “cortejar” os colecionadores; para os colecionadores, são momentos para conversar sobre arte, especialmente com os artistas. E, ao menos os artistas com quem conversei parecem considerar esses jantares como uma parte diplomática de seu trabalho na qual se dispõem a conversar sobre arte com seus potenciais compradores ou com aqueles que já colecionam.

Os momentos mais importantes das feiras de arte para esta pesquisa foram as séries de diálogos, palestras, *talks*. Integrando a programação das feiras havia falas públicas com colecionadores, galeristas, curadores, artistas, diretores de instituições (não necessariamente todos esses). Organizadas de maneira mais ou menos semelhantes, tais falas eram coordenadas por curadores ou pelas equipes de produção das feiras, contando, por vezes, com o apoio de parceiros como, a título de exemplo, a Abact e o projeto Latitude, ou o [Fórum Permanente](#).¹⁵⁷ Nesses eventos, em mesas com mais de um expositor ou em pequenas palestras, se versava sobre o mercado de arte, em particular sobre a experiência dos palestrantes nesse contexto e, mais especificamente, sobre a prática específica de quem falava. Por exemplo, colecionadores versavam sobre suas coleções e perspectivas sobre as práticas do colecionismo; curadores falavam sobre o colecionismo privado ou sobre determinada coleção

(perpassado por outros que perpassam aquele lugar) e seguro. E ele rebateu: “*Mas acho que muito colecionador deixa de ir por ser no Saara, tanto que abriam uma sede na Lagoa*” (conversa pessoal, setembro de 2013). A sede na Lagoa a qual meu interlocutor referiu-se diz respeito ao projeto A Gentil Carioca Lá, que, segundo o *site* da galeria, teve sua última edição em 2014.

155 Nome ficcional.

156 E ao falar isso, ele reforçou como Débora era uma peça-chave na galeria dele, porque ela tinha um bom acesso aos colecionadores.

157 O *Fórum Permanente* é uma plataforma formada por pesquisadores das artes visuais que produz e gerencia uma série de informações sobre a área. Segundo o próprio site, o Fórum “se constitui, de forma híbrida e simultânea, como uma ágora, um museu-laboratório, uma revista, um arquivo-vivo” ([GROSSMANN, 09/2011](#))

pelas quais eram responsáveis; galeristas explanavam sobre suas trajetórias, suas escolhas, sobre suas coleções e sobre como “montar” uma coleção; diretores de instituições falavam sobre pontos de contato entre mercado e museus públicos, sobre as coleções das instituições, sobre doações; sociólogos discursavam sobre o mercado a partir de suas pesquisas. Após falas mais expositivas, em geral, abria-se para perguntas do público. Embora já tivesse escutado que, assim como todo o projeto educativo e de exposições das feiras, as conversas eram apenas “*uma atividade pro forma que serve de contrapartida ao uso de dinheiro público na produção do evento*”, me parece que tais ações podem ter um lugar relevante na construção do mercado de arte. Indício disto talvez seja a realização de diálogos semelhantes em feiras realizadas em outros países, a exemplo da Art Basel e da [ArteBA](#), de Buenos Aires. Minha hipótese é que falar, produzir falas e análises sobre o mercado é também produzir esse mercado. Parece-me que, no Brasil, onde o mercado é tido como algo em formação, as falas da feira são mais frequentemente sobre os processos de construção e o crescimento desse mercado local – seja “internamente”, seja em relação a um mercado internacional.

Minha intenção primeira, ao frequentar essas falas, era aproveitar tais situações onde os atores do mercado apresentavam-se publicamente para me apresentar a eles e, assim, estabelecer um primeiro contato e tentar marcar conversas futuras. Poucas vezes tal intenção foi concretizada: nem sempre conseguia me aproximar dos “palestrantes”, ou por serem muito assediados pelas pessoas presentes, ou por irem embora rapidamente. Quando tinha sucesso no contato com essas pessoas nesse primeiro momento, nem sempre meus esforços de comunicação posteriores foram respondidos. Se os diálogos não foram eficazes no sentido de viabilizar acessos futuros aos atores do mercado, eles viabilizam meu acesso a uma série de discursos sobre o mercado, muitas vezes gravados pelas organizações dos eventos e disponibilizados na *internet*. E esses discursos foram proferidos publicamente e, portanto, são passíveis de serem usados mais livremente na tese do que as falas privadas (conversas que, em sua maioria, foram realizadas sob um compromisso de discrição em relação as mesmas) ou as fofocas sobre as lógicas e práticas do mercado de arte feitas nos bastidores das feiras.

As falas sobre arte proferidas nas feiras me ensinaram muitas coisas: que colecionadores e coleções são muito diferentes entre si e que coleção é muito mais do que uma soma de coisas de um mesmo “tipo”; que existe todo um jogo de intencionalidades que classificam colecionadores entre si e que incidem sobre suas escolhas, no modo como compõe uma coleção, no modo como suas coleções irão agenciar outros atores em seu entorno; que há

muito mais tensão entre arte e dinheiro dentro do próprio mercado do que eu poderia supor; que distinção (BOURDIEU, 2007) talvez não seja o único interesse em jogo no colecionismo, embora seja inerente ao mercado; que obsessão, compulsão, vício e paixão não necessariamente significam a mesma coisa que o “amor pela arte” (BOURDIEU, DARBEL, 2003); que, se o mercado brasileiro de arte é, como tenho trabalhado ao longo da tese, um produtor de periferias (daqueles que nele não são considerados), ele também tenta se inserir em um “mercado global” e escapar à categoria “arte latino-americana” – conforme versei na introdução deste trabalho.

De certo modo, “fechar a feira” também representa aqui uma imagem em que esse conjunto de atores, lugares, eventos, condutas e discursos encontra um certo arranjo coerente. O ponto que quero frisar, para terminar este capítulo, é que paixão, investimento, socialidade e um certo jogo terminam plasmados numa espécie de organização hierárquica desse universo. Se os diversos agentes envolvidos nele não têm completa certeza de onde estão; se as obras são comentadas e avaliadas com dissimulações, informações por vezes ficcionalizadas; se as galerias promovem imagens que condizem ou não com o *status* de seus artistas ou com as vendas realizadas ou não; enfim, se toda a incerteza que marca este campo existe e me foi bem visível ao longo da etnografia, me pareceu também bastante plausível que de algumas maneiras, sejam elas através de discursos, associações ou festas, o vetor de orientação de uma “importância” para o mercado de arte, reunindo estes vários aspectos mencionados, se dá em direção ao colecionador. É a ele que se arranja uma geopolítica do campo, que às vezes se sobrepõe inclusive a outras geopolíticas, nacionais. Este será o tema dos próximos capítulos.

CAPÍTULO 3

COMO SE FAZEM OS COLECIONADORES

Início este capítulo esclarecendo a opção de usar o adjetivo e substantivo *coleccionador* no masculino. Mais do que um respeito a convenção do português do masculino genérico, ou do falso neutro, utilizado extensivamente em nossa língua para se referir a situações gramaticais que incluem elementos tanto femininos quanto masculinos, o uso do termo *coleccionador* nesta tese diz respeito ao fato de a grande parte dos interlocutores desta pesquisa ser homem – muito embora existam *coleccionadoras* com grande presença e influência no mundo da arte. (ver ROSA, 2017) E mais: embora os *coleccionadores* sejam diferentes entre si, se me pedissem para definir genericamente o *coleccionador* de arte contemporânea (ou um “*coleccionador médio*”) sobre o qual esta pesquisa se dedica, diria: homem, branco, heterossexual, com idade média de uns 50 anos (variando mais na casa entre 40 e 60 anos), rico ou super-rico, cuja fortuna (herdada ou não) está associada ao mundo empresarial ou, e principalmente, ao mercado financeiro. Claro que a essa generalização escapam perfis para todos os lados: ao longo desta pesquisa, me deparei com jovens *coleccionadores* que não chegaram aos trinta anos, e outros que ultrapassam a casa dos 60; *coleccionadores* homossexuais; *coleccionadores* assalariados que se definem como classe média alta, a exemplo de professores universitários, ou classe média e que trocam seus trabalhos, como produtores, artistas e pesquisadores.

3.1 o começo

Toda coleção tem uma história. E, enquanto história, contada pelo *coleccionador*, segue um começo, por vezes bem preciso, marcado pela aquisição de uma primeira obra de arte. É o caso de **Neuber Siqueira**, *coleccionador* arquiteto urbanista de Belo Horizonte, que ao ser questionado sobre quando começou a *coleccionar* afirmou: “Foi

dezembro de 1968. Exatamente. Eu adquiri uma gravura, uma litografia¹⁵⁸ da nossa famosa [Yara Tupynambá](#)” (in GOMIDE, 2014, p. 317) Também é o caso de **João Carlos de Figueiredo Ferraz**, um dos colecionadores particulares mais conhecidos no Brasil em função do Instituto Figueiredo Ferraz, que construiu para abrigar sua coleção. Localizado em Ribeirão Preto (SP), o instituto foi inaugurado em 2011. João Carlos é empresário do setor sucroalcooleiro, filho do engenheiro e ex-prefeito de São Paulo José Carlos de Figueiredo Ferraz. No caso dele, a primeira obra de arte adquirida “foi uma tela de Jorge Guinle, artista carioca então ainda muito jovem, em início de carreira. Denominada *Dispneia parafernália*, foi pintada por Jorginho em 1981. Comprei na primeira exposição individual do artista, em São Paulo, na Galeria Luisa Strina, e tenho esse trabalho até hoje.” (in MORAES, 2014, p. 176) **Oswaldo Corrêa da Costa**, colecionador particular cuja coleção mantém aberta para visitação com hora marcada,¹⁵⁹ localizada “num beco sem saída arborizado do bairro de Pinheiros [São Paulo, capital], um bloco cinza com pé-direito de 6 metros” ([KRANZ, 19/11/2013](#)), também lembra de sua primeira aquisição.

O colecionismo começou porque... quando eu tinha 18 anos[,] eu estava passeando com os meus pais na Itália e eles pararam em um leilão no subúrbio de Roma, um leilão assim bem vagabundo assim, de província – Roma não é uma província, mas era como se fosse um leilão de província – e aí no meio de milhares de *bric-a-bracs* e outras coisas aparece [...] uma água-forte¹⁶⁰ do Man Ray. E o leiloeiro estava lá: “alguém dá 10”, provavelmente 10 dólares, e ninguém levantou a mão. Aí eu segurei no braço do meu pai e disse: “você tem que comprar, você tem que comprar! Esse é um artista importante, um artista fundamental, você não pode deixar passar” e meu pai assim, meio no susto, levantou hesitantemente a mão e o leiloeiro [exclamou]: “10! Mais alguém, mais alguém. Não? Vendido! 10!” Aí, no final do leilão, meu pai e minha mãe pegaram todas as coisinhas deles e aí ele pegou essa gravura e, não sabendo o que fazer com ela, ele virou e disse “toma, é sua”. A sensação que eu tive nesse momento de ser um pirralho, um fedelho, de 18 anos, proprietário de uma obra de arte de um grande artista da história da arte, do Man Ray, e tudo, foi uma espécie de Momento Madalena¹⁶¹ e essa gravura virou um pouco... que nem o Rosebud,

158 Por serem múltiplas (em geral, numeradas e assinadas), gravuras tendem a ser obras mais baratas no mercado e é comum que os colecionadores comecem suas coleções adquirindo gravuras.

159 Só entrei em contato com narrativas do colecionador a partir da tese de Adriano Gomide, em meados de 2017, quando tinha dado por encerrada minhas atividades de pesquisa de campo e, portanto, não tive a oportunidade visitá-la.

160 Termo referente a uma técnica de gravura.

161 Cito aqui a própria nota de Adriano Gomide, autor da tese na qual está anexa a entrevista de onde este trecho foi extraído: “referência às memórias que irrompem subitamente e por extensão, a momentos sublimes, evocados pelo personagem em *Em busca do tempo perdido* (Volume I, *No*

do Cidadão Kane... [...] A sensação que eu tive nesse momento é a sensação que nos 40 anos seguintes eu busquei reviver. A coleção está fazendo 40 anos esse ano [2013] (GOMIDE, 2014, p. 422 e 423)

Já **Juliano Ferreira**,¹⁶² colecionador e dono de uma galeria em São Paulo, diz que quando foi contar à mãe que começou uma coleção, ela reagiu:

“Continuou, né?” “Como assim?” [ele perguntou]. *A gente estava em Fortaleza uma vez, numas férias [...] Ela falou que comprei uma escultura de madeira numa praça. “Você era tão pequeno, a escultura era quase maior que você.” E eu levei a escultura para os EUA. Era uma mulher esculpida toda de madeira [...] Sei lá o que estava pensando, devo ter visto alguma coisa. E eu lembro de eu carregando isso para os EUA. Eu nunca tive muita coisa, porque mudava muito de casa. Então minhas coisas cabiam em uma mala, duas malas. Mas eu sempre tive uns quadrinhos [...] Então eu já colecionava, né... Comprava muito livro de artista, com o dinheirinho que eu tinha. Já mais velho, [quando] tinha dinheirinho comprava livro de artista. Comecei uma coleção de livro de artista, tinha uns 16 anos. Então é[era] colecionismo, dentro do meu bolso, né?* (Juliano Ferreira, conversa registrada em abril de 2015)

Mas, muitas vezes, as narrativas sobre o início das coleções começam de maneira mais difusa temporalmente, remetendo a um passado mais distante que o da aquisição da primeira obra de arte: referem-se à construção do interesse ou, como diria Bourdieu, do gosto pela arte. (BOURDIEU, 2007a) E a construção desse gosto, não raras vezes, situa-se na infância e na juventude e passa pela relação com algum parente próximo que, interessado por arte, aproxima o futuro colecionador da mesma. **Marcelo Secaf** é médico e colecionador e, alguns anos atrás, após a venda de uma clínica de diagnóstico por imagem da qual era sócio, optou por dedicar-se integralmente à arte como sócio da Galeria Logo, sediada em São Paulo (capital) e que teve uma curta vida de três anos, funcionando entre 2011 e 2014. Ele contou, em uma conversa pessoal, que sua família era classe média, o pai médico e a mãe dona de casa. O pai gostava de pintura, a família frequentava os salões paulistas de belas artes e o pai “*vira e mexe chegava em casa com quadros*” pelos quais Marcelo sempre “*se encantava*”. (conversa registrada em junho de 2014) Em uma entrevista publicada no *site*

caminho de Swann, 1913), de Marcel Proust” (GOMIDE, 2014, p. 432).

162 Nome ficcional.

[Larry's List](#)¹⁶³, o colecionador afirma: “*My father [...] loved art. I think what drew me to it, and later to collecting, was the joy my dad had when purchasing works.*” (in [03/09/2013](#))

Já a publicitária **Ana Carmen Longobardi**, uma das mulheres colecionadoras sobre as quais Nei Vargas da Rosa¹⁶⁴ se debruça em um artigo *A centralidade das colecionadoras no sistema da arte brasileiro* (2017),

foi influenciada pelo pai, que desenhava e falava sobre arte e artistas, e conta que “ainda criança, ia visitar os túmulos de meus avós, e ele pelo caminho discorria sobre as esculturas dos jazigos, quem era o artista, o estilo, o material.” No entanto, a influência do pai vai muito além. O contato com o universo das artes se fortaleceu no convívio que teve na loja dele, especializada em material de engenharia, desenho e pintura. Ali, ela não só conheceu papéis, telas, tintas, pincéis de excelente qualidade, mas também ouviu as conversas sobre os processos de trabalho dos clientes, que eram artistas. (ROSA, 2017, p. 486)

José Olympio Pereira, banqueiro que capitaneia o banco de investimentos Credit Suisse no Brasil, por sua vez, conta que os avós já estavam intimamente relacionados à arte:

Minha vó era crítica de arte,¹⁶⁵ meu avô era um editor que sempre esteve muito ligado no meio das artes plásticas¹⁶⁶ [...] Então sempre vivi com isso. E a partir do momento em que fui podendo, eu fui passando a me interessar por arte, colecionar e ler e estudar, e isso começou a se intensificar há uns

163 Segundo o próprio site, cuja chamada é “*insider access to the world's art collectors*”, Larry's List “*is the leading art market knowledge company providing data, research and access to contemporary art collectors. The Larry's List Art Collector Database contains over 3,500 profiles of art collectors from more than 70 countries – based on the most comprehensive research ever done on art collectors. The database provides information on private art collections including artists and artworks collected, collectors' ranking positions, and their activities on the art market. It is a practical tool for professionals and art enthusiasts presenting a detailed and comprehensive portrait of today's contemporary art collectors. The company is headquartered in Hong Kong. Larry's List was founded in 2012 and is backed by world-leading art collectors.*” (LARRY'S LIST, último acesso em 05/12/2017)

164 Nei Vargas da Rosa é doutorando em Artes Visuais, ênfase em História, Teoria e Crítica da Arte no Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais do Instituto de Artes da UFRGS, programa no qual dedica-se a pesquisar coleções privadas institucionais de arte.

165 Vera Pacheco Jordão, “[...] tinha uma coluna de artes plásticas no ‘Globo’”. (José Olympio Pereira in [ADACHI; BORGES, 20/07/2012](#)) Uma “mulher independente, que, após separar-se do marido, internou os dois filhos em colégios na Europa e se aventurou numa carreira como jornalista”. (id. *ibid.*)

166 José Olympio Pereira Filho, “foi conhecido e influente livreiro carioca fundador da [...Livraria José Olympio Editora], agora integrada ao grupo editorial Record”. (ADACHI; BORGES, 20/07/2012)

20, 20 e poucos, anos atrás. [...] (José Olympio Pereira, in [SP-ARTE, 13/05/2011](#))

Segundo **Fernando Gil**,¹⁶⁷ que se define como um “*professor universitário classe média alta*” que tem algumas dezenas de obras de arte compradas em leilões virtuais e que não se considera um colecionador, as construções de gosto dos colecionadores dizem respeito a “*uma educação refinada de elite.*” Fernando diz que não teve essa educação e, portanto, “*não domina os códigos*” necessários para frequentar os mesmos espaços *mainstrem*s do mercado de arte, como seriam, de sua perspectiva, as casas ou salas de leilão e as galerias. (diário de campo, janeiro de 2015)

Nem sempre o “despertar do interesse” por arte se dá na infância ou é mediado pelos parentes mais próximos. **Roberto Pavão**,¹⁶⁸ engenheiro aposentado carioca,¹⁶⁹ chama para esse lugar um sogro da juventude que “*tinha uma coleção muito boa [de gravura], era intelectual [e] tinha muita literatura sobre essa coleção.*” Roberto frequentava sua casa, muitas vezes em momentos em que o então sogro reunia pessoas das artes e artistas em sua casa. Essa teria sido uma de suas primeiras aproximações com a arte e com “*pessoas das artes*”. (diário de campo, outubro de 2014)

Por vezes os colecionadores versam sobre uma influência dos pais na prática do colecionismo que não necessariamente tem a ver com a arte. Também é o caso de Roberto. Se seu encontro com a arte só se deu mais intensamente na juventude, mediado pelo sogro, na infância conta que tinha uma coleção de pedrinhas coloridas ganhas do pai – fato que também atrela ao tornar-se colecionador anos depois. (id. *ibid.*) E há outros exemplos possíveis, uma vez que diferentes colecionadores referiram-se a coleções que faziam na infância ao longo de minha pesquisa de campo. Um deles é **Eduardo Brandão**, que contou à publicitária e colecionadora **Ana Carmen Longobardi** que colecionava selos na infância, na ocasião de uma conversa promovida pelo Itaú Cultural. Eduardo é fotógrafo e um dos sócios da paulistana Galeria Vermelho. Sua coleção conjunta com seu companheiro Jan Fjeld está em comodato no MAM de São Paulo desde 2006. “*O gene de colecionador já nasce com a gente*”, sentenciou Ana Carmen. ([ITAÚ CULTURAL, 28/12/2012a](#))

167 Nome ficcional.

168 *Idem.*

169 Precocemente aposentado: aposentou-se aos 40 anos, quando considerou que já tinha economias suficientes para poder viver sem trabalhar.

Outro sentido de influência indireta da família no tornar-se colecionador de arte contemporânea é narrado por **Bernardo Paz**, idealizador do Instituto Inhotim, que abriga instalações em grande formato e/ou grandes quantidades de trabalhos de artistas para os quais constrói pavilhões arquitetados exclusivamente e que recebem seus nomes (por exemplo, Pavilhão [Claudia Andujar](#), Pavilhão [Cildo Meireles](#) etc.).¹⁷⁰ Embora afirme que a mãe, assistente social, gostasse de poesia e de pintar, é a influência do pai engenheiro que o colecionador destaca nas entrevistas que concede ao contar o porquê de construir algo com as dimensões de Inhotim que, segundo o próprio Bernardo, tem a pretensão de ser uma “*Disney World da vida contemporânea*”. (in [MORENO, 07/11/2016](#))

Meu pai foi um cara extremamente idealista e nacionalista [...] Ele ninava a gente com os hinos: hino nacional, hino da bandeira, hino da liberdade, hino do escoteiro. [...] Isso sempre era traduzido pra mim como um espírito de realização. Eu tinha que fazer alguma coisa que fizesse sentido na forma de educação que eu tive. [...] E com isso eu passei uma infância e uma adolescência muito difícil, muito depressiva. [...] Eu ficava na tentativa de conseguir ser o que meu pai queria. [...] Meu pai foi falar que tinha orgulho de mim no final da vida, [...] com oitenta anos. (Bernardo Paz em [REVISTA BRAVO, Youtube, 24/08/2016](#))

José Olympio diz que “*começou um pouco quase que fazendo a coleção dos pais, indo buscar os modernos, os pancettis [quadros de José Pancetti], o [Alberto da Veiga] Guignard, Di Cavalcanti**. [Alfredo] [Volpi](#). *Aquilo que parece que você quer refazer aquilo que você via em casa quando você era pequeno.*” (SP-ARTE, José Olympio Pereira, 13/05/2011) Na medida em que foi conhecendo pessoas atuantes no mercado de arte, o banqueiro passou a se dedicar a arte contemporânea. Ou seja, a influência de parentes na construção do gosto pela arte não significa se interessar e colecionar a mesma arte que os pais. Outro exemplo, nesse sentido, é a colecionadora curitibana **Juliana Raiter**,¹⁷¹ cujos pais

170 Bernardo Paz foi recentemente condenado em primeira instância pela justiça brasileira a mais de nove anos de prisão em regime fechado por lavagem de dinheiro ([SOUZA, M. M., 16/11/2017](#)), o que levou Bernardo a se afastar da instituição que idealizou. ([G1 MG, 28/11/2017](#)) A acusação de lavagem de dinheiro através do Instituto Inhotim há anos paira sobre Bernardo Paz e o instituto. Ouvi diversas vezes durante meu campo de pesquisa falas informais (fofocas) a respeito e encontrei diferentes materiais na *internet* cujo conteúdo denunciava tal atividade, a exemplo de: *Inhotim, a grande lavanderia mineira* ([NOVO JORNAL, 14/01/2013](#)); *O empresário brasileiro que gasta US\$70 milhões ao ano para ter um jardim de arte* ([ROMERO, 19/03/2012](#)); *Bernardo Paz* ([RAMALHO, 13/08/2013](#)); *Inhotim, a lavagem de dinheiro e a gavetas do STF* ([DIÁRIO NÃO..., 02/05/2014](#)).

171 Nome ficcional.

tinham arte em casa, levavam Juliana para viajar com eles a outros países e eventualmente iam a exposições. Juliana conta, ainda, que a mãe era muito amiga de um artista famoso residente no sul do país. Segundo a colecionadora, os pais “*gostavam de arte e gostam de arte até hoje*”, mas trata-se de um gosto diferente do dela: “*as obras para a minha mãe, em casa, eram ruído e decoração. Não que [minha mãe] não tenha a preocupação estética de ter uma harmonia, mas longe disso ser o primordial.*” (diário de campo, março de 2017) Contrapondo-se à mãe, Juliana afirma que, para ela, obras de arte são silêncio.

3.1.1 *casando e decorando*

O início de muitas coleções de casais é relatado como atrelado ao casamento e a montagem da casa. É o caso da coleção de **Alfredo Setubal** e sua esposa Rose. Embora já acessasse a arte “*muito influenciado*” por sua mãe (Alfredo Setubal in [SP-ARTE, 2013](#)), o “patriarca da família que controla o Grupo Itaú” destaca seu interesse a partir do momento que casou e começou a decorar o apartamento em que foi morar a partir de então. ([MEIRELES, 10/03/2017](#)) É também o caso de **Fernanda Feitosa** (que, como vimos no capítulo anterior, é diretora e criadora da feira SP-Arte), que tem uma coleção com seu marido, o empresário **Heitor Martins**. Em outubro de 2015, Fernanda e Heitor estavam casados há 20 anos e tinham uma coleção de 18 anos. (LONGMAN, 02/10/2015) Embora Feitosa afirme que a arte sempre a tocou muito e que ela faz parte de sua história, que já estivesse “presente em vários momentos” da vida do casal antes mesmo do casamento (destaca que começou a namorar Heitor numa exposição de Dalí no MAM-SP), diz: “comecei a me interessar mais profundamente [por arte] depois que me casei, em 1993, com o Heitor Martins. Minha mãe nos presenteou com uma obra de arte no nosso primeiro aniversário de casamento.” (in FONSECA, 06/08/2014)

Outro exemplo de coleções de casal é dos jovens empresários **Camilla e Eduardo Barella**, ambos na casa dos trinta anos. Eles têm uma coleção “bastante representativa da geração de artistas que se consolidou na primeira década dos anos 2000” e sobre a qual “não seria exagero afirmar que é um espécie de radiografia do *boom* do mercado de arte brasileiro”. ([ALZUGARAY; NORBIATO, 14/12/2015](#)) Segundo Eduardo, eles “começaram a colecionar na linha de outras coleções, para decorar as paredes depois que nos casamos.” E Camilla reitera: “a coleção começou [...] muito organicamente, primeiro para preencher paredes”. ([DASARTES, 10/10/2012](#))

Coleções têm nomes. E esses nomes, em geral, são o de seus proprietários, sejam eles pessoas físicas ou jurídicas: por exemplo, *Coleção Sérgio Carvalho*, *Coleção Itaú Cultural*. Quando se trata da coleção de um casal, ela, em geral, leva o nome de ambas as pessoas (por exemplo, *Coleção Andrea e José Olympio Pereira*) – o que não é exatamente uma regra, uma vez que pode-se escolher apenas um dos integrantes do casal para assiná-la por questões jurídicas. Como Piero Leirner me alertou, trata-se de uma escolha que também diz respeito ao modo como os casais estão casados: se for com separação de bens, eles não podem assinar a coleção juntos.¹⁷²

O fato de uma coleção pertencer (legalmente ou não) a um casal, não significa que ambos tenham as mesmas práticas sobre a coleção. Por exemplo, no caso da *Coleção Dulce e João Carlos Figueiredo Ferraz*, embora Dulce seja considerada por João Carlos uma “companheira de aventura [do colecionar]” (KRANZ, 19/11/2013) e tenha projetado o Instituto Figueiredo Ferraz (IFF), que abriga grande parte da coleção (eles têm também obras em casa), é a voz de João Carlos que ecoa publicamente quando o assunto é a coleção: é ele que toma a frente do IFF e participa de falas sobre o mercado de arte em eventos relativos ao mesmo; é a ele que os galeristas se referem e dizem ir visitar em Ribeirão Preto.

Algo semelhante se passa com o casal Andréa e José Olympio Pereira, que começou a colecionar no início dos anos 1990 ([STRECKER, 25/10/2013](#)) e hoje acumula cerca de 3.000 obras. ([AMOROZO, acesso em 07/12/2017](#)) Andrea Pereira é atuante no mundo das artes. “Foi coordenadora do Núcleo Contemporâneo do MAM-SP e diretora do [IAC – Instituto de Arte Contemporânea](#)¹⁷³.” (AS MENINAS, sem data) Colaboradora do *site* de variedade As meninas (uma espécie de revista de variedades, em 2015 dividido em nas seções “Lifestyle”, “Cultura”, “Beleza”, “Moda”, “Ciência” e “Economia & Política”), Andrea escrevia sobre cultura e experiências gastronômicas. Dentre alguns dos assuntos sobre os quais abordou no *site*, estavam o novo Whitney Museum em New York (PEREIRA, A.,

172 Piero Leirner alertou, ainda, para a possibilidade de o colecionador, caso esteja casado com uma segunda ou uma terceira esposa, colocar a coleção no nome da esposa a fim de não permitir que os filhos reiviniquem a coleção como herança. Particularmente, não observei nenhum caso desses em campo. Inclusive, me parece, muitas vezes há uma certa informalidade na maneira como se nomeia uma coleção, ou seja, o modo como se nomeia não tem necessariamente valor jurídico.

173 Segundo informa o *site* da própria instituição, o Instituto Arte Contemporânea (IAC) foi fundado pela galerista Raquel Arnaud com “o intuito de perpetuar a produção” dos mais importantes artistas das “expressões geométricas e construtivistas” (IAC, sem data), dentre eles os artistas Amilcar de Castro, Sergio Camargo, Willys de Castro e Sérvulo Esmeraldo.

08/06/2015), uma ida à Veneza para visitar a Bienal da cidade (PEREIRA, A., 09/06/2015); uma série televisiva sobre arte (PEREIRA, A., 07/05/2015), um baile de gala para arrecadar fundos para o Metropolitan Museum of Art (The Met) (PEREIRA, A., 13/05/2015), a agenda agitada na semana de abertura da Bienal de São Paulo “para o público do mundo das artes” (PEREIRA, A., 06/09/2014). Apesar disso, sua figura como colecionadora parece tímida frente a de José Olympio Pereira.¹⁷⁴ Em uma fala sobre sua experiência como colecionador na SP-Arte 2011, José Olympio afirmou que sua esposa deveria estar sentada ao seu lado, já que a coleção era de ambos. Mas, fato é que ela não estava e sua voz pouco aparece nas falas sobre a coleção e a prática do colecionismo publicizadas na *internet*.

Em duas diferentes oportunidades em que escutei falas do colecionador Márcio Fainziliber, ele afirmou: “*não existe Márcio, nós somos uma entidade [...], Mara e Márcio. Nós compramos tudo juntos, decidimos tudo juntos.*” (in [SP-ARTE, 10/04/2015](#)) “*A gente nunca compra coisas que os dois não gostem. Para nós essa é uma regra fundamental, os dois têm que gostar.*” (in [ARTLOAD, 03/10/2017](#)) Em uma das situações em que os ouvi, embora Mara estivesse presente ao lado de seu marido em uma conversa sobre a *Arte como valor* com o casal de colecionadores americanos Don & Mera Rubell, na ocasião da feira SP-Arte de 2015, Márcio foi o porta-voz da experiência deles de colecionismo. Em um vídeo de um pouco mais de 10 minutos, publicado em um canal do *YouTube* chamado ARTLOAD sobre a atuação do casal enquanto colecionador, embora ambos versem sobre a prática, é a voz de Márcio que ocupa maior espaço de fala. (id. *ibid.*)

Camilla e Eduardo Barella, por sua vez, parecem dividir mais equitativamente o lugar de fala quando o assunto é a coleção deles. Aliás, é o nome de Camilla que tem destaque em duas listas que elencam as novas promessas do colecionismo que tenho em mãos. Uma delas, cuja chamada é “*Meet 20 of the World's Most Innovative Art Collectors: see who's rethinking collecting for the 21st century*”, publicada no *site* [Artnet em 2014](#), Camilla é apresentada ao lado de figuras como o ator hollywoodiano Leonardo Di Caprio e do brasileiro comerciante de títulos **Pedro Barbosa**. Outra lista, que elenca os *Top 200 Art Collectors de 2015* ([ARTNET, 29/04/2015](#)), Camilla é mencionada no tópico “*collectors to watch*”, onde são divulgados nomes de pessoas que não estão na lista das mais poderosas do mundo da arte, mas são consideradas promessas no mesmo. Segundo Eduardo, quando casou com Camilla

174 Tal afirmação refere-se ao ano de 2015, momento em que construí um perfil da figura de José Olympio como colecionador, baseada em uma extensa pesquisa de materiais publicados na *internet*.

ela já gostava de arte contemporânea e foi ela que o levou para conhecer algumas galerias. Hoje, diz que eles têm “*uma troca muito grande. Nós temos 200 obras em quase seis, sete anos. E a gente nunca comprou nada que nós não concordássemos.*” Camila complementou: “*é a única regra que coleção tem é que nós dois temos que concordar. Então, se eu gosto e Eduardo não gosta, e vice-versa, a gente não compra.*” ([FOLLOW ARTERIAL, 18/05/2016](#))

Camilla – *Às vezes ele gosta de um artista que eu não gosto tanto e aí ele põe o ponto de vista dele, por que ele gosta daquela obra. Não é um processo de convencimento, mas o processo de conversa mesmo. E muitas vezes eu mudo minha perspectiva sobre aquele artista e começo a enxergar coisas que não necessariamente eu via inicialmente. Isso é muito rico. [...] Eu gosto muito da configuração que a gente tem os dois.*

Eduardo – *Eu acho que a Camilla é minha adviser e eu sou adviser dela.* (Camilla e Eduardo Barella in [FOLLOW ARTERIAL, 18/05/2016](#))

3.1.2 outras relações: motes de coleções

Nem sempre as primeiras aquisições de obras de arte passam pelo casamento e/ou pelo interesse de decorar casas. Se essa é a narrativa sobre o início de coleções que escutei mais recorrentemente em campo, ela é permeada por exceções.

Eduardo Brandão me disse: “*a minha coleção era escambo, eu era fotógrafo. [...] Das obras de arte que eu tenho na minha coleção, poucas não eram de amigos*” (conversa registrada em abril de 2015). Ele

iniciou sua coleção em 1987 e começou pouco a pouco a aumentá-la em parte como pagamento das fotografias que os próprios artistas encomendavam a ele. Também incrementou-a recebendo de presente alguns trabalhos, assim como adquiriu uma ou outra obra que admirava. ([GIOIA, 26/07/2006](#))

Caminho semelhante trilhou o designer **José Marton**, que afirma que o seu trabalho possibilitou que fosse colecionador. “*A minha formação teve início ainda criança, na marcenaria do meu pai, onde, desde os cinco anos, acompanhava a transformação da madeira em objetos. Em 1985 cheguei a São Paulo para estudar Artes Plásticas.*” ([SOUZA, C. E., 01/04/2014](#))

Eu me formei em 1989, comecei a fazer o meu trabalho pessoal de suporte¹⁷⁵ em 1989. O Paulo Pasta foi meu grande incentivador na faculdade, eu fazia suporte para ele e isso virou uma coisa gigante. Até que um dia, vendo a dificuldade do mercado e dos artistas, [alguém sugeriu]: “Marton, você devia permutar.” Eu comecei a fazer isso [...] (José Marton in Semana de Artes Visuais da Faculdade de Belas Artes/SP, caderno de campo, outubro de 2014)

Coleções podem ser formadas, ainda, por trabalhos ganhos de artistas – o que pode ocorrer, particularmente, com pessoas consideradas importantes e influentes no mundo da arte (curadores, por exemplo). Nesses casos, os trabalhos ganhos tendem a ser múltiplos, como, por exemplo, gravuras e fotografias. Múltiplos são, em uma definição genérica, trabalhos que possuem uma tiragem e, portanto, tendem a ser obras financeiramente mais acessíveis do que uma pintura, por exemplo. **Eder Chiodetto**, curador perfilado pelo antropólogo e fotógrafo Fernando de Tacca enquanto colecionador de fotografia, se aproximou do mundo da fotografia

por uma desilusão amorosa, em 1986, que o levou a procurar novas relações, e nesse momento viu em um jornal de Santos (*A Tribuna*), onde morava nessa época, a notícia da abertura de uma exposição fotográfica de Araquém Alcântara, e também de seus alunos, em Santos. [...] Ver as imagens da exposição, e em busca de novos lugares para o seu sentimento, foi um impacto de transformação no qual as imagens lhe diziam que o mundo poderia ser visto de outras formas. Conheceu Araquém, foi envolvido por sua fala sobre fotografia, e no dia seguinte estava no escritório do fotógrafo mergulhando nos livros e na produção fotográfica, e também entrou nos cursos de formação e acompanhamento que o fotógrafo oferecia. (TACCA, 2015, p. 125)

Eder é uma figura cuja

inserção no campo do colecionismo, seja através de suas ações do Clube dos Colecionadores do MAM-SP, seja pelas curadorias efetivadas em várias coleções brasileiras e estrangeiras, consolida uma trajetória de grande visibilidade e legitimidade em suas escolhas pessoais e profissionais (TACCA, 2015, p. 124)

Além de trocar alguns trabalhos de fotógrafos pelo seu trabalho como crítico e curador, Eder tem parte de sua coleção formada, segundo Tacca (2015), por fotografias

175 O suporte, nesse caso, é a base física sobre a qual é feita a obra. É, por exemplo, no caso da pintura, a composição chassi (parte de madeira) e tela (tecido).

ganhas de artistas que participaram de exposições das quais fez curadoria, sobre os quais pesquisa, de pessoas que são/foram seus alunos ou que são seus amigos. Por vezes, esses presentes são uma retribuição pela inserção de algum artista em seus textos ou exposições que curou. É o caso de “duas obras de [Geraldo de Barros](#) (uma da série *Fotoformas* e outra da série *Sobras*) que ganhou da filha do artista, Fabiana de Barros, pelas constantes referências a sua obra em exposições ou em textos”. (id. *ibid.*) Como escutei tantas vezes falar durante minha pesquisa de campo – até mesmo porque muitos de meus interlocutores são leitores de Bourdieu – tanto o valor artístico quanto financeiro de um artista, ou de uma obra de arte, passa pelo reconhecimento dos mesmos dentro do universo da arte, pela construção de suas reputações enquanto boas obras de arte – o que, por sua vez, está atrelado ao reconhecimento de críticos e especialistas da área, em especial aqueles considerados importantes dentro do contexto em questão, como é o caso de Eder Chiodetto.

Vera Chaves Barcellos, artista e colecionadora que criou uma fundação que leva seu nome, localizada em Viamão, Rio Grande do Sul – cuja “missão” é “preservação, pesquisa e difusão da obra da artista Vera Chaves Barcellos”, bem como abrigar sua coleção ([FVCB, último acesso em 08/12/2017](#)) –, começou a colecionar com as trocas de suas obras com outros artistas. “[Anna Bella Geiger](#) é um exemplo. Sua coleção também soma presentes recebidos em visitas a ateliês, caso de [Mira Schendel](#), na década de 1970.” (ROSA, 2017, p. 488) Ou seja, um processo muito semelhante ao que Manoel Veiga chamou de coleção de artista no início desta tese.

Outras relações, não profissionais ou conjugais, podem levar pessoas a se aproximarem da arte e/ou a adquirir suas primeiras obras. **Sérgio Carvalho**, colecionador de Brasília, em uma palestra que proferiu na primeira e única edição da SP-Arte Brasília, em 2014, contou que era muito vinculado à música e tinha produzido seis CDs instrumentais. Em 1999, se afastou da música e conheceu um pintor baiano erradicado em Brasília do qual se tornou amigo. Sérgio ia constantemente visitar o artista em seu ateliê, onde conheceu outros três artistas. Um deles falava muito do [Oswaldo Goeldi](#). Então foi adquirindo obras desses quatro artistas e também de Goeldi, gravurista do qual chegou a ter muitos trabalhos. Em 2003 conheceu vários artistas plásticos contemporâneos, como [José Ruffino](#) (da Paraíba), [Nazareno](#) (de Fortaleza, Brasília, SP), [Eduardo Frota](#) (Ceará) e [Valéria Pena Costa](#) (Brasília). “*Através da amizade adquiri obras deles e de outros artistas, dos quais também fui ficando amigo. A coleção foi começando desta maneira: os artistas indicavam outros artistas, dos*

quais eu ficava amigo também e seguia adquirindo.” (Sérgio Carvalho in diário de campo, junho de 2014)

Roberto Pavão é outro colecionador que não menciona o casamento e a decoração de sua casa como um elemento propulsor de sua coleção, e sim o convívio com os artistas, decorrentes do encontro com eles nos anos 1970 na casa do sogro e depois no Parque Lage, nos anos 1980 (DABUL, 2001; BERTOLOSSI, 2015), onde frequentava muitas exposições. “*O ateliê de gravura era muito forte*” no Parque Lage e, por intermédio dos artistas de lá, conheceu um galerista que vendia gravuras, formato com o qual dá início a sua coleção. (diário de campo, outubro de 2014)

3.1.3 seguir comprando

Mas, se boa parte dos colecionadores versa sobre o ponto de partida da coleção ter sido um interesse decorativo, o interesse de compor sua casa com obras de arte, o que os levou a continuar adquirindo obras depois que suas casas já estavam decoradas?

Camilla Barella conta que para ela e Eduardo “*visitar as galerias era uma atividade mais de final de semana e, aos poucos, a gente foi comprando mais e mais obras*”. (Camilla Barella in FOLLOW ARTERIAL, 18/12/2016) A arte virou, então, um *hobby*. Passaram a visitar ateliês e galerias com mais frequência. “*As nossas férias são basicamente dedicadas à pesquisa de artes. Ir visitar uma bienal, uma feira, uma Documenta [de Kassel], estúdios de artista. A gente faz muita viagem de pesquisa. [...] Agora mesmo a gente acabou de voltar de uma Bienal de Veneza em julho [...] Eu fui em [Art] Basel antes [...] Enfim, a gente também faz esse circuito internacional.*” (id. *ibid.*) A colecionadora gaúcha Patricia Fossati Druck também confessou que, “do mero interesse decorativo para a casa, evoluiu para visitas às galerias, passando para bienais e feiras até se tornar um hábito frequentar instituições de arte, ao ponto de incluir sempre em suas viagens os eventos desta natureza, como as bienais de São Paulo e Veneza e também a Documenta de Kassel”. (ROSA, 2017, p. 487)

Já o empresário cearense do ramo imobiliário **Silvio Frota**, que hoje concentra-se em colecionar fotografias, segundo Fernando de Tacca, iniciou

sua **vocação** colecionista participando de leilões, desgarrando-se, assim, da produção local, primeira atividade, para pensar uma coleção mais abrangente e nacional [...]. Como autodidata, começa a se interessar e estudar o campo da arte brasileira; e por causa das atividades empresariais, com presença no

eixo Rio-São Paulo, frequenta os leilões, onde fica evidente sua formação dentro do mercado de arte, ou seja, adquire um conhecimento que já lhe era nato na formação em negócios. (TACCA, 2014, p. 101 e 102)

Silvio narrou, em um bate-papo sobre colecionismo que acompanhei em Porto Alegre, em junho de 2017, o começo de duas de suas coleções: a de pinturas e de fotografias. Junto com a narrativa de Tacca sobre sua coleção de fotografia (que dedicou a Silvio um dos capítulos de seu livro sobre o colecionismo privado de fotografia no Brasil), essa fala forma uma narrativa relativamente detalhada sobre as transformações de seus interesses em termos de colecionismo de arte. Segundo Silvio, após a aquisição de sua primeira pintura,

a paixão veio naturalmente, porque quando você começa a ler, estudar, pesquisar, você começa a despertar e a conhecer mais. [...] Nos anos 1980, eu não gostava de obras concretas e geométricas e, anos depois, comecei a me perguntar por que eu não conseguia assimilar bem as obras geométricas. E comecei a ler, pesquisar, estudar. Quando eu comecei a ler [sobre] aquilo me despertou e comecei a ver aquilo com outros olhos. Eu só me arrependi porque perdi muito tempo, perdi coisas excepcionais que passaram pelas minhas mãos e não me diziam nada naquela época. E quando comecei a estudar [a paixão] veio em uma crescente muito grande, me despertou uma paixão que eu não sabia que tinha. A partir daí, eu comecei, nós começamos, eu, minha esposa meus filhos, a colecionar arte concreta e geométrica. E depois foi evoluindo para os modernos e, hoje em dia, o contemporâneo. De nove anos pra cá, diminuímos muito essa paixão pela pintura porque surgiu na nossa vida a fotografia. Por um acaso, nunca tinha me despertado nada, não me dizia nada. (Silvio Frota in [FESTIVAL CULTURA EM MINICICLOS, 13/09/2017](#))

Mesmo com alguma influência de seus primeiros orientadores do mercado de arte, Silvio Frota considerava o campo da fotografia como uma produção totalmente desconhecida para ele, e diz que somente admirava algumas fotos, mas não o tocavam emocionalmente. Contudo, a volúpia inicial [da compra de uma foto] lhe tomou os sentidos, e o fotográfico imediatamente se impôs aos seus desejos. (TACCA, 2014, p. 105)

Em uma passagem por Houston, cidade que abriga um dos mais importantes festivais de fotografia (Fotofest), teve um momento de imediato desejo de começar a comprar fotografias. Silvio relata que foi visitar uma exposição de [Steve McCurry](#): atraiu-o a famosa foto da menina afegã, Sharbat Gula, capa da tradicional revista Nacional Geographic em junho de 1985, realizada em um campo de refugiados no Paquistão. A imagem percorreu mentes e corações pelo mundo, principalmente pelos olhos e pela força do olhar da menina; impactaram Silvio, que a comprou, e foi a primeira vez em que a viu como *fine art*, além das reproduções como página de uma revista ou outras. Nesse momento, ele percebe as diferenças entre uma imagem que circula em meios impressos e digitais, e a qualidade da mesma imagem reproduzida por padrões museológicos e galerísticos. (TACCA, 2014, p. 29)

Um mês depois, a gente foi a Nova Iorque e já começou a frequentar museus de fotografia, a ir a museu e olhar a parte de fotografia que a gente nunca tinha prestado atenção. Foi a mesma coisa, a gente começou a ler, a estudar, a pesquisar. Ai nós começamos a conhecer os fotógrafos e a coisa foi evoluindo. (Silvio Frota in FESTIVAL CULTURA EM MINICICLOS, 13/09/2017)

[...] incentivado pela sua primeira aquisição, Silvio Frota comprou outras fotografias de autores reconhecidos.[...] Entre as primeiras aquisições na viagem para os Estados Unidos, comprou obras de [Cartier-Bresson](#), [Sebastião Salgado](#), Edward Steichen, Horst P. Horst, Dorothea Lange, [Cindy Sherman](#), Annemarie Heinrich, entre outros. A partir de então, esteve obcecado com a fotografia [...] (TACCA, 2014, p. 105)

Pesquisa (leituras, visita a exposições e viagens), paixão e aquisições (consumo) se retroalimentam e formam um tripé que vão transformando seus interesses e dando continuidade as suas aquisições.

Até o presente momento versei, através das vozes de diferentes colecionadores, como se deram seus primeiros movimentos de compra de obras de arte. Muito embora meus interlocutores já apontem a continuidade de suas aquisições, porque, afinal, são colecionadores, esse começo, que muitos deles destacam passar pelo interesse de decorar suas casas, corresponde a um dos tipos de clientes categorizados pelos atores do mercado, em especial os próprios colecionadores, como um comprador esporádico de arte. Trata-se, nas palavras de Márcio Fainziliber, um “*tipo de indivíduo*” que

compra para decorar sua casa. Normalmente, ele compra obras de comunicação mais fácil, de entendimento mais fácil, esteticamente mais atrativas e de artistas que ele conhece ou porque vêm de uma galeria conhecida. Ou algum amigo tem algo parecido, ou ele viu em algum museu, galeria. Ou então viu no jornal. Para esse tipo de pessoa, valor significa ter uma casa bonita, ter paredes bonitas e poder mostrar pros seus amigos. Mas é um valor que é importante para ele. (Márcio Fainziliber in SP-ARTE, 10/04/2015)

3.2 o turning point

Apesar de, por vezes, os clientes particulares não institucionais de uma galeria serem referidos genericamente como colecionadores (como acontece nas pesquisas setoriais do projeto Latitude – FIALHO, [2013](#), 2014 e [2015](#)), os compradores de arte esporádicos não

são efetivamente considerados por seus pares e pelos galeristas todos colecionadores, muito embora sejam colecionadores em potencial. Dentre os compradores de arte está esse “*tipo de indivíduo*” a que Márcio referiu-se acima. Essa figura do comprador esporádico de arte é, segundo o galerista erradicado em São Paulo, Paulo Nóbrega, o tipo de cliente que mais movimenta as vendas das galerias de pequeno e médio porte. Isso porque, conforme já comentado anteriormente nesta tese, essas galerias, em geral menos estabelecidas no mercado, tendem a contar com poucos colecionadores em sua cartela de clientes – afirmação essa reiterada por outros atores do mercado ao longo de minha pesquisa. Esses compradores esporádicos, por vezes, não compram obras diretamente das galerias, mas através de decoradores e arquitetos contratados para construir, reformar, decorar suas residências, escritórios etc. Algumas galerias, inclusive, comissionam os arquitetos quando vendem obras para seus clientes, indicam seus artistas ou a galeria. Embora não tenha buscado tal informação durante a pesquisa de campo, até onde apreendi, o valor dessa comissão tende a ser entre 5% e 10% do valor total da obra. (diário de campo, dezembro de 2015)

Uma ideia que me foi explicitada pela primeira vez por Paulo (que já apresentei rapidamente em um momento anterior deste capítulo através da fala de alguns colecionadores) e que acabou virando um chavão sobre os colecionadores ao longo de meu campo, é a de que se sabe que alguém virou de fato colecionador quando não tem mais espaço para colocar obras de arte dentro de casa, mas continua adquirindo. José Olympio contou que

*em um jantar onde estava o [Zé Resende](#) [escultor que tem muitas obras em grande formato], não sei se a Raquel [Arnaud], ou alguém, nos ofereceu “Ah, tenho um trabalho a venda...” E eu me virei e disse assim: “Não sei se vou ter lugar pra colocar.” Aí, o Zé Resende virou e disse assim: “Olha, tô vendo que você está gostando de colecionar arte, de comprar arte etc. Você deve pensar um pouco qual é o seu objetivo, porque se for se limitar às paredes e ao lugar que você tem para colocar, vai rapidamente virar um problema.” E aquilo teve um impacto grande em mim. **E aí a minha primeira coisa foi, “bem, então vamos fazer um depósito.” Eu fiz um depósito em um subsolo para não pensar onde ia colocar uma obra quando comprava. [...] Esse é um turning point de ter arte ou virar um colecionador.** “Então, a partir de hoje, [daquele dia] o último critério que eu levo em consideração é onde eu vou colocar essa obra.” A gente simplesmente compra e, infelizmente, grande parte da coleção está guardada. Mas tem no chão, na parede, só não tem no teto. (José Olympio Pereira in SP-ARTE, 13/05/2011)*

Essa imagem do comprar para além da capacidade de expor as obras de arte dentro de casa replica-se nas falas de muitos outros colecionadores e atores do mercado como a passagem entre o comprar obras para decorar e o colecionismo.

Aos poucos, a gente foi comprando mais e mais obras e, quando a gente viu, estava de fato colecionando, porque estava comprando obras que não necessariamente tinha onde instalar. Foi o momento que a gente percebeu que aquilo efetivamente era uma coleção e que estava formando algo.
(Camilla Barella in FOLLOW ARTERIAL, 18/05/2016)

Mas o acúmulo de obras de arte não é por si só uma coleção. Seguirei a narrativa sobre o modo como se dá o (auto)reconhecimento de uma coleção da perspectiva dos colecionadores, bem como das consequências dessa percepção, para me aproximar um pouco mais do que seria uma coleção de arte contemporânea.

O reconhecimento de um conjunto de objetos acumulados por alguém enquanto uma coleção por vezes é narrado pelos colecionadores como algo apontado, em um primeiro momento, por terceiros. É o caso, por exemplo, de Patrícia Fossati Druck, que contou ao pesquisador Nei Vargas da Rosa que “a percepção como colecionadora não partiu dela, mas das pessoas que frequentaram sua casa durante a [9ª. Bienal do Mercosul](#) e a reconheceram como tal”. (2017, p. 487) Na ocasião, Patrícia presidia a bienal em questão. Outro exemplo: Fernando de Tacca diz que quando contactou “Eder Chiodetto, ele fez uma indagação sobre se realmente tinha uma coleção, pois não havia ainda efetivamente pensado no assunto”. (TACCA, 2014, p. 124) Nesse caso, foi o próprio pesquisador do colecionismo que sugeriu a Eder que ele era colecionador.

Outras vezes, o reconhecimento de uma coleção enquanto tal parece ser um processo de tomada de consciência que parte do próprio colecionador. O carioca Roberto Pavão disse, em uma conversa: “*até pouco tempo eu nem tinha ideia de que tinha uma coleção. [...] Eu não tinha a mínima ideia de por que comprava arte. Eu só fui entender a minha coleção como coleção há razoavelmente pouco tempo.*” (diário de campo, outubro de 2014) Já a percepção de Camilla e Eduardo Barella enquanto colecionadores está atrelada a aquisição de uma obra específica.

A pedra fundamental da **coleção propriamente dita** – ponto em que o conjunto perdeu o aspecto meramente decorativo e começou a ser encarado como coleção – foi uma obra de André Komatsu que eles viram em uma exposição no México. “A obra de Komatsu foi definitiva porque nos deu a

percepção de que estávamos realmente colecionando. Foi quando compramos um projeto que estava em outro país, e nem existia materialmente”, diz Camilla (ALZUGARAY; NORBIATO, 2015 – grifos meus)¹⁷⁶

Independentemente de onde parta o reconhecimento da coleção enquanto tal, de maneira geral, as narrativas apresentadas até então versam sobre pessoas que não começaram a adquirir obras com a intenção de formar coleções, mas que, em determinado momento, perceberam que tinham coleções em suas mãos – o que é diferente por exemplo, e para acionar uma imagem que aparece na fala de alguns colecionadores, de quando compra-se um álbum de figurinhas temático em que há a intenção de adquirir figurinhas para preenchê-lo. Pavão me afirmou categoricamente: “*eu não decidi colecionar, eu acordei certa vez e tinha tanta coisa...*” (diário de campo, julho de 2015) Para Eduardo Barella, “*eventualmente alguém vai falar: ‘eu vou começar porque eu quero colecionar algo.’ Mas eu acho que colecionar é meio que a consequência de uma obsessão por alguma coisa.*” (FOLLOW ARTERIAL, 18/05/2016)

Em alguns sentidos, uma exceção a essa lógica é o advogado brasileiro, radicado em Portugal, **Luiz Augusto Teixeira de Freitas**. Ele é responsável não por uma, mas três coleções: a *Coleção Teixeira de Freitas* (coleção internacional de arte contemporânea, que tem como foco a arquitetura, “*de construção, de desconstrução, de artistas trabalhando com a arquitetura – nada a ver com arquitetos e maquetes de arquitetos*” (Luiz Augusto Teixeira de Freitas in [SP-ARTE, 26/06/2012](#)); a *Coleção de Desenhos da Madeira*, da Madeira Corporate Services (à qual Luiz se referiu como “*uma empresa na Ilha da Madeira que nós temos*”) e uma coleção de livros de artistas junto com sua filha – um projeto mais recente. Segundo Luiz Augusto, ele começou “*a comprar algumas obras [...] em alguns leilões em Londres. Não tem [tinha] nada a ver com a arte, mas sempre gostei do jogo e dessa oportunidade de poder competir, e o leilão tinha esse lado.*” Mas, se interessou em continuar adquirindo arte e logo sentiu dificuldade em acessar as galerias internacionais. Entendeu que a forma como começou a comprar “*não era a forma de comprar obra para conhecer.*” E o conhecimento era, segundo suas narrativas, o principal mote para adquirir arte. O colecionador procurou, então, pessoas que o pudessem ajudar nesse

176 Outros colecionadores somam-se ainda ao coro de se perceber colecionador a partir da aquisição de uma obra específica, como é o caso de José Marton, com sua primeira aquisição da [Marilá Dardot](#), e de Justo Werlang com a aquisição do Iberê Camargo.

processo de aquisição e construção de conhecimento. Nessa busca, encontrou Adriano Pedrosa, no início dos anos 2000, que só aceitaria ser seu interlocutor se fosse para construir uma coleção “*com projeção institucional*” – detalharei esse encontro mais tarde. A partir desse momento, as aquisições de Luiz, em parceria com Adriano, já foram no sentido de construir uma coleção de arte – no caso, a *Coleção Teixeira de Freitas*. (id. *ibid.*)

A “*coleção propriamente dita*”, a que Camilla se referiu acima, não é a coleção genérica do conjunto obras pertencentes aos clientes das galerias enquanto totalidade (que por vezes são, também genericamente, chamados de colecionadores), mas uma coleção que tem uma intenção colecionista. Vera Chaves Barcellos, que possui uma coleção “de um amplo espectro do que se pode denominar de arte contemporânea” (ROSA, 2017, p. 488), como Camilla e Eduardo, atrela “sua consciência como colecionadora” à aquisição de um trabalho específico, um “Bicho, obra de Lygia Clark, nos anos 1990 [...]. ‘Agora estou começando uma **verdadeira coleção**. Nós já possuíamos uma coleção que, a partir daí, possivelmente, se tornou mais consciente em suas escolhas.’” (id. *ibid.*)

A ideia de que em algum momento há uma tomada de consciência de si enquanto colecionador não é unânime, embora apareça na maioria das narrativas sobre se tornar colecionador que acessei. É o caso da publicitária Ana Carme Longobardi, para quem “a noção de si como colecionadora não aparece especificamente em algum momento”. (id. *ibid.*, p. 486)

Quem colecciona selo, caixinha, tapinha... todo colecionador de arte já coleccionou outra coisa, nem que seja tranqueira, flâmula, sei lá o quê. Então, eu acho que existe essa coisa do juntar. Então, você compra uma coisa que você gosta e então você compra dois, compra três... Eu tive coleção de muita coisa: caixinha, embalagem, como publicitária eu guardava todos os rótulos bonitos que eu encontrava [...] (Ana Carmen Longobardi in ITAÚ CULTURAL, 28/12/2012a)

Ser consciente das escolhas que se faz enquanto colecionador envolve uma equação que muitas vezes passa pelo reconhecimento de uma espécie de linha conectiva, que até então estaria implícita na coleção, e assumir essa linha enquanto lógica de aquisição; ou, então, pela construção de critérios para a aquisição de obras. Isso porque uma coleção (no caso de arte contemporânea) não é um conjunto aleatório de coisas (obras de arte contemporâneas), é mais do que a soma de suas partes, é um conjunto de coisas que se relacionam entre si e que possuem uma lógica que passa pelo colecionador e seu olhar, mas que também é reconhecida socialmente enquanto tal. Uma coleção tem coerência.

Essas lógicas de relações das coleções, por vezes, são enunciadas como espécies de regras. Quando conta a história da sua coleção de fotografia, Silvio Frota afirma que “não queria colecionar por investimento” e pensou

no que queria ter, qual rumo daria para esse acervo. Então comprei fotos da ditadura militar no Brasil, que passou a ser a base da minha coleção e do pensamento para sua formação, os Conflitos no Mundo. Estou continuando no tema com fotos da Primavera Árabe e das recentes manifestações no Brasil. [...] Uma premissa básica é comprar sempre uma série que possa contar uma história e mostrar a proposta do artista, numa só foto não dá pra assimilar seu processo de trabalho. Com cinco fotos, vão ver que **não é um mero clique, tem um pensamento por trás**. Recebo gente do mundo todo pra ver a coleção e o que mais **respeitam é que ela foi planejada num conceito**. Sei tudo sobre o que estou comprando, compro porque é instigante, pode suscitar leituras, não a arte pela arte. Ou porque é valioso. (Silvio Frota in [MEDEIROS, 10/04/2014](#))

Ter regras para adquirir obras de arte, significa, de certa forma, criar recortes específicos dentro de um grande contexto – o que me parece muito semelhante à construção do que chamamos, nas ciências, de um “objeto de pesquisa.” Mas esse recorte não precisa ser estritamente fechado. Se algumas coleções são mais específicas, outras são mais amplas e panorâmicas da arte contemporânea brasileira, como tende a ser o caso de coleções mais extensas como a de José Olympio Pereira (cuja quantidade de obras beira, segundo alguns, quase três mil – AMOROZO, último acesso em 05/02/2018 – estimativa essa que, particularmente, me parece exagerada) e de João Carlos Figueiredo Ferraz (que conta com cerca de mil obras. MORAES, 2014) Uma coleção ser mais panorâmica não significa que ela seja desprovida “de uma cara.” Pedro Nunes,¹⁷⁷ jovem *marchand* que, na ocasião de uma conversa informal que marcamos para versar sobre os colecionadores brasileiros, estava a serviço de uma grande galeria internacional no Brasil, me disse o seguinte referindo-se a um colecionador:

[Ele] é um cara que tem uma coleção séria, ele é um colecionador sério. Ele [...] seguiu toda essa geração [...] Tunga, Adriana, Cildo. Uma geração na frente dessa até, que tem a Iole [...], foi fazendo aquisições importantes, **a coleção dele tem um perfil, tem uma cara, que é um pouco até a cara da história da arte contemporânea do eixo Rio-São Paulo dos últimos trinta anos**. (Pedro Nunes in diário de campo, dezembro de 2014)

177 Nome ficcional.

Fala-se muito no contexto da arte contemporânea que uma coleção “respeitada”, “séria”, “de verdade” tem “um conceito”, “uma cara”, que tem a ver com o recorte dessa coleção e com a qualidade das obras que a compõem. Mas, uma coleção é mais do que um conjunto com algumas boas obras de arte. O colecionador **Diego Cassia** (pesquisador e professor de uma faculdade paulista),¹⁷⁸ me afirmou o seguinte a respeito de **Rodrigo Abreu**,¹⁷⁹ um dos nomes mais conhecidos do colecionismo brasileiro: “*não sei se ele tem uma coleção... diria que ele tem boas obras de arte*”. (diário de campo, dezembro de 2014)

3.2.1 as escolhas

Silvio Frota apresentou acima um grande tema que norteia sua coleção de fotografias e algumas regras que aplica na compra das imagens: ele deve considerá-las instigantes, devem possibilitar a construção de narrativas, enfim. Os critérios de escolha das obras que irão compor uma coleção podem ser os mais variados. Tem quem opte por colecionar apenas obras figurativas, como é o caso do economista alemão residente em Nova Lima (Minas Gerais) **Manfred Ernst Leyerer**, entrevistado por Adriano Gomide. “Isso não significa que eu despreze outros estilos, mas eu quero me concentrar nisso. É uma decisão. Isso também não significa que eu não tenho abstratos, outras coisas.” (in GOMIDE, 2014, p. 369) Não significa, ainda, que o colecionador compre qualquer obra de arte figurativa. “Eu não compro alguns motivos [religiosos, por exemplo] e não compro flores.” Manfred, ainda, afirma que sua intenção é “dar foco nos artistas de Minas Gerais”. (id. *ibid.*) Já outros preferem não comprar obras figurativas, ou não comprar pinturas, como é o caso de Pedro Barbosa e de Bernardo Paz. Para José Marton é fundamental o acabamento da obra, “o impacto visual”: “busco peças que consigam me paralisar, que quando olho não consigo dar um passo. São as sensações que se despertam, e nem sempre são só boas.” (in [DETANICO; LAIM, 10/04/2009](#)) Já Pedro afirma olhar mais o conteúdo do trabalho que compra do que qualquer outra coisa. Diz que não comprar arte por beleza¹⁸⁰ e, mais, que às vezes até se assusta quando vê algo bonito.

178 *Idem.*

179 *Idem.*

180 A ideia de beleza aqui não é necessariamente sinônimo de uma obra de arte bem acabada, tal qual acionada anteriormente por Marton.

Às vezes eu vejo algo muito bonito e me pergunto “onde está a mensagem por trás dessa coisa maravilhosa?” Foi esse jeito de pensar que me levou ao movimento conceitual, porque, no limite do movimento conceitual, você não tem nem a obra. [...] Existe o pensamento que está por trás [da obra]. O jeito que foi concebido que me fascina. (Pedro Barbosa in ARTLOAD, 25/11/2016)

Eduardo e Camilla Barella vão por uma linha parecida: *“muita gente gosta de ter coisa bonita em casa e a gente não coleciona pela coisa bonita”* (Camilla Barella em FOLLOW ARTERIAL, 18/05/2016)

Eduardo – À medida que nos aprofundávamos, a coleção ia evoluindo de um contexto mais arquitetônico para um contexto político.

Camila – Somos atraídos por obras que trazem questionamentos presentes no nosso dia a dia; temas como economia, capitalismo, fronteiras... Preocupações da nossa geração que são correntes ou familiares para nós. [...] Tentamos não basear as escolhas na técnica,¹⁸¹ e sim no conceito, mas a importância do conceito na coleção acaba se revelando por meio de técnica. Por exemplo, não temos qualquer pintura. Temos até algumas aquarelas e desenhos, mas como nossa coleção foge dos artistas mais tradicionais, acaba fugindo das técnicas tradicionais também.

E – Também não pautamos nossa coleção pelo tamanho de obra, nunca pensei se uma obra cabe na parede. Devo até a admitir que temos certa predileção por instalações, temos várias que nunca sequer montamos depois de comprar (Camilla e Eduardo Barella in DASARTES, 10/10/2012)

Já Oswaldo Corrêa da Costa, que coleciona tanto arte moderna como contemporânea, se posiciona da seguinte forma:

Em matéria de arte contemporânea, eu procuro um trabalho que me dá um desprazer, um certo tipo de incômodo, que eu suspeito que possa ser um incômodo produtivo, um incômodo que possa me fazer crescer pela absorção daquela proposta. Eu acho que uma obra contemporânea que me deixa confortável tem alguma coisa errada. Acho que faz parte do papel dela me questionar, fazer com que eu a questione. [...] Se é muito harmonioso, muito certo, muito bem resolvido, eu acho que tem uma suspeita de estar te passando, me passando a perna (Oswaldo Corrêa da Costa in GOMIDE, 2014, p. 434)

João Carlos Figueiredo Ferraz, por sua vez, diz:

Eu acho que a obra de arte tem que me atrair por qualquer coisa. Eu às vezes vejo e acho bonita, às vezes eu acho **estranha**, e não importa. Eu acho que,

181 Entendo aqui que por técnica Camilla se refere ao meio da obra: pintura, gravura, desenho, escultura, videoarte etc.

mesmo esse estranhamento, é interessante. Às vezes acho uma coisa muito esquisita, mas eu quero entender o que tem atrás daquilo. E aí você começa a perceber uma mensagem. [... Às vezes] esteticamente ela [a obra] é bem resolvida, mas ela tem uma mensagem interessante. Ou às vezes ela é só bonita, não importa. **Eu acho que ela tem [...] que mexer com você de alguma forma. E essa é a função da arte, te tirar do seu espaço de conforto, te tirar da condição de soberania.** (João Carlos Figueiredo Ferraz in GOMIDE, 2014, p. 388)

Já para a colecionadora e publicitária Ana Longobardi,

a arte contemporânea causa uma certa estranheza à primeira vista, você tende a gostar de determinada coisa de acordo com o seu repertório, coisas que você já vivencia, coisas que você já conhece. [...] Sua tendência é gostar das coisas que você compreende. Então no início, quando você começa a colecionar, você tem a tendência, ou começa a ter afinidade, talvez, com peças menos ousadas, mais comportadas, menos irreverentes, porque faz parte daquele seu repertório de conhecimento. À medida que você começa a entender mais, conhecer processos de trabalhos de artistas, o conceito de um trabalho, aquilo que começa a te causar um interesse, parece que te instiga ainda mais. Aí sim, é o início de uma coleção com personalidade, com caráter e com olhar próprio que eu sinto que foi o start da minha coleção. Muita coisa do início, não é que eu não goste ou não tenha mais valor, mas é que já não tem mais a mesma importância do que a evolução que foi sofrendo ao longo do tempo. (Ana Carmen Longobardi in ITAÚ CULTURAL, 28/12/2012a)

Já Eduardo Brandão conta que teve uma coleção de selos por muito tempo e

era um jeito de entender o mundo. Tinha uma tia que trabalhava no correio e aquele mundo, aqueles selos, cada um falando uma coisa diferente uma da outra, eu ficava estudando ali a população daquele país, a língua que falava. Ou seja, a coleção me ajudava a entender o mundo e o que continua até hoje. Antes de ter uma galeria eu fui colecionador [...] Mas ter uma coleção que eu cuido, que eu gosto, me ajuda a entender as coisas, me ajuda a entender como o outro pensa. (Eduardo Brandão in ITAÚ CULTURAL, 28/12/2012b)

As negações da beleza ou contrapontos a ela acima colocados me parecem diretamente relacionados à ideia senso comum de que a arte precisa ser bela – o que não é necessariamente uma preocupação da arte contemporânea, embora possa acontecer de um trabalho ser belo.¹⁸² Mas, em especial, dentro do contexto pesquisado, me parecem reiterar a

182 Interessante também notar que a associação entre arte e beleza e/ou de um colecionismo motivado pela beleza, por vezes, possa partir de dentro do próprio contexto artístico. Adriano Gomide, professor da escola de artes da UEMG, comentou em uma das entrevistas que fez em seu trabalho de doutorado sobre colecionismo de arte moderna e contemporânea, que o subtítulo de sua tese seria “Moços à

diferença da aquisição da obra de arte pelo comprador-decorador e pelo colecionador, reiterando narrativamente a passagem de uma categoria a outra. É muito curioso que termos e sensações familiares à antropologia entrem como motes substitutos à ideia de beleza para a aquisição de obras de arte: estranhamento, incômodo/desconforto, questionamento, uma maneira de entender o mundo. Aliás, em determinado momento, Ana Carmen Longobardi afirmou: “*se eu tivesse conhecido a arte contemporânea antes, isso teria me ajudado mais, até a ser menos preconceituosa, a ter valores menos preestabelecidos*”. (in ITAÚ CULTURAL, 28/12/2012a)

Mas, os critérios de aquisição podem ser ainda outros. Alfredo Setubal diz preferir não comprar artistas jovens.

eu gosto de comprar artistas a partir dos 30, 30 e poucos anos de vida, com carreira estabelecida, que já fez exposição, que já decidiu viver da arte [... artistas] que vão fazer disso seu modo de vida e seu trabalho [...] Entendo que muita gente compra [artistas jovens] porque eles são mais baratos [...], porque não consegue comprar o mais consagrado ou aquele que já tá sendo mais reconhecido. Eu brinco que artista é que nem camarão: a gente não come nem a cabeça e nem o rabo. O começo da produção do artista normalmente não é a melhor fase dele, o final da vida dele também não. [...] O melhor do artista está no meio, não está na ponta inicial e não está na ponta final. (Alfredo Setubal in SP-ARTE, 2013)

Quando Luiz Augusto Teixeira de Freitas deu início à aquisição de obras de arte para formar sua coleção, ele definiu duas diretrizes bem claras: “*Eu queria arte contemporânea, artistas da minha geração ou mais jovens. [...] E eu não queria que fosse nada vinculado a Portugal por eu estar em Portugal, ou ao Brasil por eu ser brasileiro.*” (in SP-ARTE, 26/06/2012) E apenas depois de cerca de um ano e meio adquirindo obras sob a curadoria de Adriano Pedrosa, “*vendo algumas obras que já estavam na coleção, que faziam parte da coleção, decidimos dar essa orientação de arquitetura dentro da coleção*”. (id. ibid.) Adriano complementou: “*esse tema da arquitetura surgia de diferentes maneiras em algumas obras que tinham sido adquiridas e aí pensamos em desenvolver aquilo*”. (id. ibid.) Ou seja, mesmo tendo algumas orientações claras em relação a futura coleção, essas orientações eram bem abertas (artistas contemporâneos ao colecionador e que fosse uma coleção internacional)

procura de beleza”, uma vez que estaria “interessado em saber se cada colecionador tem o seu conceito de beleza e vai atrás disso”. (GOMIDE, 2014, p. 469) Muito coerentemente, dada a negação explícita da ideia de beleza por parte de alguns de seus interlocutores, Gomide não utilizou esse subtítulo em sua tese.

e “a cara” da coleção só foi dada à medida que ela se constituía, à medida que as obras de arte eram adquiridas e colocadas em relação.¹⁸³ No caso da *Coleção Teixeira de Freitas*, as diretrizes iniciais eram bem abertas. Mas, mesmo quando projetam-se coleções com diretrizes mais estritas, como muitas vezes é o caso de coleções institucionais (como a *Coleção de Papel da Ilha Madeira*, focada em desenhos, montada por Adriano Pedrosa e Luiz Augusto), não dá para ter um controle absoluto sobre as obras com as quais os colecionadores se encontrarão para compô-las.

3.2.2 *coleccionar em profundidade*

Com a progressão de uma coleção, novas diretrizes podem ser encontradas ou criadas e coexistirem com as anteriores – outras podem ser revistas ou extintas, e outras, ainda, ser sobrepostas. A partir do momento em que o foco em arquitetura da coleção de Luiz Augusto tornou-se explícito,

a gente conheceu alguns artistas. Nós começamos quando eles também estavam começando, muito jovens. Alguns artistas com os quais eu me identificava muito, eu gostava muito do trabalho, decidi que, com esses artistas, a gente ia desenvolver um foco. Quase uma subdivisão dentro da coleção, mas queria ter um foco e seguir a carreira desses artistas, tentar acompanhar o processo de crescimento deles, de desenvolvimento da obra deles. Por eu gostar muito deles e querer estar muito próximo deles. [...] Não é um grupo fechado de artistas, é um clube aberto. Então pode acontecer, e tem acontecido, de outros artistas entrarem, sempre acontece com artistas jovens para que a gente possa desenvolver isso desde o princípio da carreira. (Luiz Augusto Teixeira de Freitas in SP-ARTE, 26/06/2012)

O acompanhar a carreira de um artista de Luiz Augusto, e de tantos outros colecionadores, vai na contramão do pensamento de Alfredo Setubal. Se todos os colecionadores fossem na direção de comprar artistas já estabelecidos, me parece que o mercado de arte seria insustentável: sem o início de carreira não há estabelecimento. E a produção de grande parte dos artistas no final de suas carreiras seria descartável – e talvez os próprios artistas, uma vez que, em sua grande maioria, pertencentes a uma “classe econômica média”, sendo poucos aqueles que atingem patamares de preços altos o suficiente para

183 O que me remete ao processo de escrita de muitos autores: por mais que algumas pessoas preestabeçam, ou sumerizem, o que irão escrever em um texto (um livro, uma tese), é no processo de escrita (que é também uma forma de pensamento e de análise), que esses escritores encontram seu objeto – que é construído no próprio ato da escrita.

acumular capital para garantir sua velhice. É a própria diversidade das lógicas e práticas de aquisição do colecionismo de arte contemporânea que garante uma sustentabilidade mínima do mercado em questão.

Camilla e Eduardo Barella, também dizem focar em alguns artistas.

Eduardo – Cada coleção tem a sua característica. A nossa é de muitas obras de poucos artistas. Quando a gente tem um artista, a gente geralmente vai a fundo na pesquisa do artista [...]. Raramente nós compramos uma obra de um artista. Normalmente a gente compra mais de uma obra de um artista, o que faz com que a gente seja mais lento no processo de comprar um artista novo. [...] Somos péssimos compradores de feira (risos).

Camila – É, a gente adicionou, significa um pouco que vai ficar. A gente tem a característica de acompanhar a carreira do artista, de ter interesse de comprar uma próxima obra, de ir ver a próxima exposição. Quando a gente perde o interesse no artista, é quase como perder o interesse também na obra que a gente tem. Porque é uma coleção de processo, uma coleção de querer acompanhar. [...] Acho que a gente evoluiu com muitos artistas, a nossa coleção e o processo deles. Tem uma coisa [...] ou outra] que vem de outra geração [...] que a gente traz para dentro de nossa coleção ou para estabelecer conexões com alguns artistas que a gente coleciona a fundo, e que é uma referência importante, e que aí vai ser só uma obra. Isso acontece. Tem vezes que a gente traz para a coleção só para conectar com outros artistas e outras obras. (Camilla e Eduardo Barella in FOLLOW ARTERIAL, 18/05/2016)

O foco em alguns artistas, que por sua vez são representados por determinadas galerias, por vezes está relacionado também à fidelização do colecionador a alguns galeristas. Funciona também como um mecanismo de mecenato, uma vez que esses colecionadores suportam o trabalho do artista e a existência dele enquanto tal. Tem a ver também com sustentar determinadas reflexões dentro das artes – o que fazemos também na academia, por exemplo, quando investimos em determinados autores, compramos cada livro que lança...

Quando perguntei a um colecionador se ele conhecia uma pessoa que me apresentaram naquele mesmo dia como colecionadora, ouvi “*ela não é colecionadora. O que ela tem é um álbum de figurinhas, não uma coleção*”. “*Como assim?*”, perguntei. “*Álbum de figurinhas, oras, ela tem um trabalho de cada artista e pronto, não compra mais do que isso*”. E, em outra situação, quando foi referir-se a sua coleção, afirmou: “*eu busco ter um acervo significativo de cada um dos artistas. [...] Não faz minha cabeça ter um álbum de figurinhas.*” (diário de campo, junho de 2014) Um colecionador, idealmente, segue os artistas que lhe agradam. Isso significa que ele *acompanha* o que os artistas têm produzido e adquire seus trabalhos a fim de incentivar suas carreiras (dos artistas, o que inevitavelmente incide

sobre suas reputações enquanto colecionadores) e reafirmar suas escolhas/apostas como colecionador. Recorrentemente, nas falas sobre suas coleções, os colecionadores enfatizam a compra de mais de uma obra de um mesmo artista. Outro exemplo nesse quesito, além dos já citados, é José Olympio, que disse:

E já desde o início começamos a achar graça em ter várias obras do mesmo artista. [...] A gente nunca quis ter obras de todos os artistas, mas dos artistas que a gente gostava a gente nunca se satisfaz em ter só um trabalho. Então, tipicamente, a gente tem vários trabalhos de artista que a gente gosta. [...] Desses contemporâneos acho difícil ter um que a gente tenha menos de 10 obras. E se não temos, vamos ter, porque seguimos, compramos etc.” (José Olympio Pereira in SP-ARTE, 13/05/2011)

Mas, da perspectiva de alguns atores do mercado, parece haver um certo limite nesse “coleccionar em profundidade.” Em nossa conversa, Pedro Nunes associou a possibilidade de um colecionador, chamado Rodrigo Abreu, ser um especulador ao fato de ele ter comprado cerca de vinte obras de um mesmo artista e, “coincidentemente”, trabalhar no mercado financeiro, ser “*um cara de números*” (diário de campo, dezembro de 2014) – e, como falarei logo mais, ser considerado um especulador dentro do mercado de arte não é algo positivo. O galerista Paulo Nóbrega me contou, certa vez, que um colecionador, que ele preferiu não identificar, dedicava-se há alguns anos ao colecionismo de um grupo pequeno de artistas e que havia uma certa “bronca” de alguns galeristas a respeito dele. Esses galeristas consideravam seu modo de colecionar predatório, uma vez que, supostamente, esse colecionador comprava grande parte das obras desses artistas disponíveis no mercado. Consequentemente, seus artistas tinham suas carreiras prejudicadas porque, como ficavam sem obras no mercado e como seus melhores trabalhos estavam concentrados nas mãos de um mesmo colecionador, eles acabavam não circulando e não sendo acessados e reconhecidos por outros atores do mercado. E, por fim, ouvi de um colecionador que visitava outro a respeito de um dos artistas de sua coleção: “*ele é incrível, como eu nunca vi nada dele por aí?*” Depois de um tempo em silêncio, ele mesmo se respondeu: “*é porque você compra todas as obras dele, os trabalhos dele estão todos na sua casa*”. (in diário de campo, junho de 2017)

3.2.3 revendo alguns pontos da coleção

“Você vendeu, vende ou pensa em vender alguma obra de sua coleção (ou a própria coleção)?” Essa é uma pergunta que recorrentemente ouvi (e li) ser feita a

coleccionadores durante minha pesquisa de campo. Segue abaixo algumas das respostas que coletei:

Nunca pensei em me desfazer da coleção. Como eu te disse, quando eu tive que me desfazer de algumas peças para poder comprar esse espaço [onde guarda e expõe sua coleção, no Bairro Pinheiros, na cidade de São Paulo] foi uma sensação de traição assim, com relação aos meus próprios ideais. (Oswaldo Corrêa da Costa in GOMIDE, 2014, p. 443)

Eu não pretendo vender absolutamente nada, meu sonho é tornar público. (Sérgio Carvalho in diário de campo, junho de 2014)

Dessa coleção eu vendi apenas uma obra. Eu a comprei por um valor e dois meses depois eu vendi por 300% a mais. Foi muito importante para mim na época, eu vendi por investimento mesmo [...] Tem duas obras que se eu vender o Instituto [José Marton] sai bem mais rápido, [...] que são duas obras da Ligia Pape, mas eu fico pensando se eu consigo fazer de outro jeito sem me desfazer dessa história que é o viver com arte. Eu não tenho esse perfil de vender ou trocar as obras, existe um diálogo entre as obras da coleção. (José Marton in diário de campo, Semana de Artes Visuais de Belas Artes, outubro de 2014)

A princípio, por regra, as obras estão na minha coleção para ficar, não vou vender. (Luiz Augusto Teixeira de Freitas in SP-ARTE, 26/06/2012)

Difícilmente dá para viabilizar uma coleção vendendo coleção, porque ela ganha sentido à medida que você compra obra. E ela perde sentido à medida que você vende obra, você destrói a coleção vendendo. (Justo Werlang in FESTIVAL CULTURA EM MINICICLOS, 13/09/2017)

E e C – Já.

E – *É muito louco. Esse processo obsessivo [... de comprar arte] é um processo com determinado momento que te torna um pouco irracional. É interessante porque, quando você começa a achar que sabe o que está fazendo, ou quando você começa a descobrir que aquilo que você está fazendo é uma coisa meio compulsiva, você começa a ver um monte de relação, e você começa: “eu preciso ter”, “eu preciso construir” [...] E você comete erros, a impulsividade faz com que você cometa erros. Em determinado momento a coisa fica tão acumulativa que você precisa reciclar. [...] Então eu acho que é um processo de reciclagem. Nós vendemos três obras assim.*

C – *Foi mais assim, de perder o interesse no artista, da obra que estava desconectada na coleção [...]*

E – *E você também quer outras coisas e você faz conta e começa a se desfazer de algumas que não fazem mais sentido para poder ir atrás de outras. [...]* (Camila e Eduardo Barella in FOLLOW ARTERIAL, 08/05/2016)

Quando a resposta “você já vendeu alguma obra de arte da coleção?” é negativa, ou que pouca coisa foi vendida, parece carregada de um certo orgulho. Não vender

obras de arte que adquire é afastar-se da figura do especulador que investe em arte tendo como fim o retorno financeiro. É ainda uma reafirmação de suas boas escolhas. Mas, ao contrário, comprar de um colecionador que por ventura esteja vendendo sua obra não parece ser uma questão. Segundo Fernanda Feitosa, “*se você tem um pouco de dinheiro no bolso, sempre aparecem boas oportunidades, [...] sempre aparece alguém que precisa gerar caixa por algum motivo, que baixa um pouco o valor*”. (in diário de campo, Semana de Artes Visuais da Faculdade de Belas Artes/SP, outubro de 2014)

Dentre os motivos de venda de obras de arte de uma coleção por parte do colecionador, o investimento na própria coleção parece ser considerado, dentre os colecionadores, o mais digno deles – embora o ideal seja não vender obras de arte. O investimento mais comum nesse sentido, dentre as pessoas que pesquisei, costuma ser em outras obras de arte ou em um outro imóvel que possa abrigar a coleção que não cabe mais em casa. Este é o caso do professor Diego Cassia, que vendeu uma obra que havia adquirido muitos anos atrás, “*por um valor que não poderia comprar hoje*”, para comprar um apartamento para colocar sua coleção. (diário de campo, dezembro de 2014) De todo modo, a possibilidade de vender uma obra ou outra da coleção, mesmo que isso idealmente só ocorra de maneira moderada, aponta a ideia de que coleção não é exatamente imutável e que, mais do que uma ampla variedade de artistas, a coerência da coleção fala mais alto em termos de reconhecimento.

O *turning point* discutido, ou o momento da tomada de consciência por parte dos compradores de arte de que podem ter em mãos uma coleção, de seu engajamento na prática do colecionismo, parece ser um momento em que é particularmente comum haver uma espécie de revisão das obras dos conjuntos-coleções – e esse processo parece ser desejável em função da construção da coerência da coleção. Quando **Justo Werlang**, colecionador que desde o final de 2016 é diretor-presidente da Fundação Iberê Camargo, em Porto Alegre, e é também o segundo vice-presidente da Fundação Bienal,

adquiriu uma obra de [Iberê Camargo](#), no início dos anos 1990, o empresário, que até então só queria ter algumas telas “penduradas em casa”, percebeu que poderia constituir um conjunto de arte expressivo, cujas obras, juntas, ressoassem algum sentido. “A potência do trabalho do Iberê deu uma balançada no conjunto que já tínhamos e evidenciou algumas inconsistências. Foi então que começamos a ‘limpar’ a coleção para chegar a um conceito mais definido.” (CORRÊA, 18/03/2017)

Justo afirma, ainda, fazer revisões periódicas da coleção junto com os artistas, “para verificar se alguma obra não deixou de fazer sentido no conjunto”. (id. *ibid.*) Mas, ao repensar obras específicas dentro do conjunto, repensa-se o próprio conjunto. E se as escolhas do passado pudessem ser (re)feitas no presente, por vezes as coleções seriam diferentes. Um colecionador me confidenciou:

Colecionador – Hoje, pensando retrospectivamente como colecionador, eu teria outro enfoque, não teria ficado na arte brasileira, deveria expandir mais os horizontes e comprar contemporâneos internacionais, ter olhado para os contemporâneos em um espectro mais amplo, faria uma coleção mais consistente, mais valiosa etc.

Dayana – Quando você inicia uma coleção, você vai olhando para o presente e tentando fazer um desenho do que será o futuro daquela coleção, é uma aposta. (diário de campo, junho de 2014)

Mas, passado o momento inicial, conforme a coleção cresce, é difícil mudar o foco da coleção. O que parece ser possível é “consertar” alguns erros dela. Como diz Roberto Pavão, “Às vezes você erra. Eu tenho uns trabalhos errados na coleção [...] Trabalho errado é aquele que você pensou dez vezes antes [de adquirir]. Ele não pulou ali em cima de você, você ficou na dúvida. [Mas comprou porque] o contexto da época pedia aquilo, era o que todo mundo estava fazendo.” (diário de campo, julho de 2015) Os trabalhos que Roberto tem e que considera errados em sua coleção, segundo ele, “não são ruins, mas também não dizem mais muita coisa”. (id. *ibid.*) São trabalhos comprados em um período em que iniciava no colecionismo, em que não tinha tanta experiência. “Com o tempo você pega quando o artista está fazendo uma coisa que não é legal, quando está em um período de transição.” (id. *ibid.*)

Alfredo Setubal foi um dos colecionadores menos conservadores em relação a venda de obras que escutei, muito embora deixe claro que ele, particularmente, quase não vendeu obras de sua coleção porque comete poucos erros no sentido que Roberto se referiu acima.

Se uma pessoa quer ter uma coleção, ela tem que administrar essa coleção. Tem que trocar, tem que vender, tem que fazer upgrades quando ver coisa melhor ou deixar de gostar [de uma obra]. Tem que ter foco, tem que ter disciplina, tem que gastar tempo [...] Principalmente se a pessoa tem limitações financeiras, ela tem que ter cada vez mais foco. [...] Quem quer fazer coleção tem que circular, tem que ver o que gosta e o que não gosta [...] Fazendo tudo isso a chance de acertar aumenta. Não fazendo... É mínima, aí é loteria [...] Eu penso, procuro não comprar impulsivamente, compulsivamente. [...] Eu errei pouco, eu vendo relativamente poucas obras.

Não vendo mais porque é uma compra mais pensada, mais estruturada. [...] E a gente acaba se apegando [...] Eu faço poucos upgrades. [...] Como é uma coleção muito grande, tenho muitas obras, é difícil você ter todas as obras maravilhosas. Então eu tenho ótimas obras, obras boas, obras regulares de vários artistas. Sempre procuro ter uma, duas, muito boas. Mas tem outras que não são tão boas assim, mas que complementam [as demais], complementam fases. Eu gosto de ter várias obras de várias fases dos artistas, não dá para ter todas as obras maravilhosas, é absolutamente impossível. Vou balanceando. (Alfredo Setubal in SP-ARTE, 2013)

3.3 o colecionador entre artistas, galeristas e *advisors*

Assim como tantos outros colecionadores, Silvio Frota conta que ele tem muitos galeristas parceiros de suas aquisições: *“primeiro porque eles me conhecem muito, eles sabem como é minha maneira de pensar, o que eu gosto, o que é realmente que a gente compra. Então eles nunca forçaram a barra em relação a isso.”* Destacou, ainda, que convive com *“vários [galeristas] que, além de serem galeristas, são amigos [...], grandes amigos”*. (in CULTURA EM MINICICLOS, 13/09/2017) Ou seja, autodidatismo, tal qual apontado por Tacca em uma citação anterior, não significa ausência de interlocução. Inclusive, em uma conversa que tive com Silvio a caminho da casa de outro colecionador que iríamos visitar, perguntei como tinha sido um jantar que alguns fotógrafos de Porto Alegre organizaram para ele na noite anterior. Perguntei ainda se ele se sentia confortável em relação a esse tipo de evento que, de minha perspectiva, estava intrinsecamente relacionado a interesses comerciais. Ele respondeu, para minha surpresa, que *“gostava muito, porque era uma oportunidade para conversar sobre fotografia. E conversar sobre isso é o que mais gosto de fazer.”* (caderno de campo, junho de 2017) Isso não me soou como um não reconhecimento de que aquelas pessoas estariam interessadas em vender trabalhos, mas como indício de que, para Silvio, o interesse comercial e o interesse em arte podiam conviver em um mesmo lugar. E que, provavelmente, se aquelas pessoas estavam interessadas em vender fotografias para ele, ele também, como um colecionador em plena atividade (e reconhecido desta forma), provavelmente estaria interessado em comprar fotografias. Mas, me chamou particularmente a atenção ao quanto o colecionismo é uma prática que produz relações e que essas não acontecem necessariamente entre colecionadores.

3.3.1 galeristas e galerias

José Olympio destaca na narrativa do início de suas aquisições uma figura do mundo da arte que irá aparecer na fala da maioria dos colecionadores como uma peça fundamental de sua trajetória: o galerista. José Olympio conta que,

a partir de uma exposição na [galeria] [Raquel Arnaud](#) a gente [ele e sua esposa Andrea] conheceu a Raquel. Foi um momento decisivo na nossa atividade de colecionar, porque através da Raquel a gente conheceu um mundo todo de artistas que nos interessou muito. Eu sou engenheiro, por formação, engenheiro civil, então acho que essa arte mais geométrica, abstração geométrica e tudo isso, teve muita reverberação. E aí a gente entrou muito por essa área e nos interessamos todos nesse momento por essa geração que emergiu a partir dos anos 1970: pelo [Sérgio Camargo](#), pelo [Tunga](#), pela Mira Schendel, pela [Lygia Clark](#), pela [Carmela Gross](#), pelo [Cildo Meirelles](#), pela [Iole de Freitas](#) [...] (José Olympio Pereira, in SP-ARTE, 13/05/2011)

Um outro momento que José Olympio afirma ser importante no seu colecionar é o ano de 1998,

*quando a gente parou e pensou: ‘bem, a gente tá comprando essa geração dos anos 1970, mas tem uma outra geração que tá acontecendo agora que a gente não conhece, não tá olhando, e daqui há 10 anos vamos acordar, isso tudo virou importantíssimo e a gente não teve acesso aos trabalhos e tudo. Então vamos olhar isso.’ E a gente já tinha começado a olhar alguns. [Ana Maria Tavares](#) a gente já tinha, um ou outro mais contemporâneo, aí fomos visitar o Marcantônio Vilaça, que era da [galeria] Camargo Vilaça, na época. Uma figura maravilhosa que a gente sente muita falta. E chegamos assim: **“Marcantônio, mostre-nos a arte contemporânea”**. E ele era o melhor e tudo. Aí, naquela altura, ele nos mostrou o Ernesto Neto, por quem nos apaixonamos imediatamente, o [Iran do Espírito Santo](#), que a gente já conhecia também, e mostrou um outro, que fazia umas fotografias, uma coisa esquisitíssima com chocolate... “Ih, Marcantônio, eu odeio esse negócio, horrível!” Eu já tinha problema com figuração, quando vi aquela coisa com chocolate, que vai no backlight eu disse: “Ih, isso aqui não fala nada comigo.” Mas, aprendemos rápido (risos). Um ano depois a gente disse assim: “Hum, acho que a gente tá fazendo um erro, acho que esse cara é interessante, não sei o quê...” E aí a gente passou a ter. Isso foi em 1998, já na Bienal de 1998 a gente comprou o nosso primeiro [Vik Muniz](#) e desde*

*então a gente tem gostado bastante dele.*¹⁸⁴ (José Olympio Pereira, 13/05/2011)

Beatriz Milhazes, [Jac Leirner](#), [Adriana Varejão](#) e [Luiz Zerbini](#) são outros artistas de um novo “perfil geracional” apresentados por Marcantônio Vilaça que despertaram o interesse do casal colecionador. (GONÇALVES, 12/04/2013)

Dentre as galerias que representam os artistas aqui mencionados como integrantes da coleção *Andrea e José Olympio Pereira* estão as galerias [Millan](#), [Nara Roesler](#), [Luisa Strina](#), [Vermelho](#), [Casa Triângulo](#), [Mendes Wood DM](#) e [Fortes Vilaça](#) em São Paulo e a galeria [Luciana Caravello Arte Contemporânea](#) no Rio de Janeiro. Isso não significa que o casal colecionador tenha adquirido as obras dos artistas exatamente nessas galerias, já que pode acontecer de um artista mudar de galeria (e os galeristas, de artistas) – muito embora a relação perene entre ambos seja vista de maneira positiva entre os colecionadores. Interessante notar que nenhuma das galerias mencionadas de São Paulo são de pequeno/médio porte, mas galerias de um circuito *mainstream* e, em sua maioria, bastante experientes – salvo a Mendes Wood DM, que é tida como uma galeria jovem e “revelação”, mas é poderosa a ponto de seus sócios constarem, juntos, como os poucos brasileiros listados na *The Power 100* da *ArtReview*.

O lugar da figura do galerista na vida da *Coleção Andréa e José Olympio Pereira* é chave e mediador das principais mudanças de sua trajetória e em seu perfil, tal como narrado por Olympio. Segundo o colecionador, o encontro com Raquel Arnaud foi fundamental na passagem da “*coleção dos pais*”, do colecionar aquilo que “*via em casa*”, à construção de uma coleção mais próxima de seus interesses e formação, no caso a geração que emergiu nos anos 1970. Das coisas anteriores a essa virada, José Olympio diz só ter ficado com Pancetti e Volpi. “*Acho Volpi o maior pintor brasileiro de longe, acho fantástico e compro, tenho vários, continuo comprando*”. Ao apresentar “*um mundo todo de artistas*” ao casal de colecionadores, o encontro com Raquel levou ao primeiro movimento da coleção,

184 Em uma reportagem sobre o valor da obra de Vik Muniz que encontrei na *internet* ([Por que Vik Muniz vale tanto?](#)), cuja autoria não foi divulgada no endereço onde a acessei, mas a fonte é remetida ao *Mapa das Artes*, é citada a seguinte fala de José Olympio a respeito de seu encontro com o artista: “Vik não foi amor à primeira vista. Eu tinha dificuldades com a figuração. Aproximei-me dele porque gosto do uso que ele faz de materiais inusitados e efêmeros, que é algo inédito, criativo e inovador. O fato de ele morar em NY e estar inserido em um circuito internacional era um bom indício de potencial de valorização”. (José Olympio Pereira in [MAPA DAS ARTES, sem data/b](#))

aproximando um pouco as aquisições dos colecionadores a sua geração. Ao mediar o contato dos colecionadores com artistas, Raquel viabilizou também o contato do casal com uma rede de obras de arte, pessoas, falas, *expertises*, pensamentos da arte contemporânea produzida por essa geração de 1970. Já no final dos anos 1990, Marcantônio Vilaça foi o galerista escolhido pelo casal para auxiliá-los em um segundo movimento importante para a coleção, o início da aquisição mais sistemática de artistas que estavam “*acontecendo agora*”.

Nos dois trechos citados, os galeristas são mais do que vendedores impessoais de obras, de encontros entre colecionadores e artistas, colecionadores e obras de arte. São formadores do olhar – quando não são “*os olhos do colecionador*”, como ouvi de uma galerista antes mesmo de dar início a esta pesquisa. (anotações pessoais, outubro de 2011)

Outros tantos colecionadores tiveram sua entrada no universo do colecionismo guiados por galeristas. Um exemplo é Camilla e Eduardo Barella, que destacam a importância do encontro com Eduardo Brandão enquanto galerista da Vermelho. É com ele que compraram as duas primeiras fotografias para encher suas paredes, “*a gente teve um ótimo papo com Edu Brandão, que foi um cara que ajudou muita gente no começo, [com quem acabamos] comprando as duas primeiras fotografias para a gente encher nossas paredes. E depois daquele dia tudo se tornou uma coisa maluca nas nossas vidas.*” (FOLLOW ARTERIAL, 18/05/2016)

Muito embora, enquanto galerista, Eduardo Brandão afirme fazer pouca “*frente de venda*” e ficar mais na “*mediação com os artistas*”,

de vez em quando eu vejo alguém colecionando, que tá pensando umas coisas, que eu acho que eu tenho uma coisa que possa somar, eu vou lá e falo: “cara, quer comprar isso aqui e não aquilo”? Nem acho que essa obra é melhor que aquela, mas você vê que a pessoa está fazendo uma coleção, está pensando em umas premissas, alguns pontos... Macaco velho, né? [...] eu tento conversar com alguns [coleccionadores] que também deixam fazer isso e ficam gratos com [as orientações]. (Eduardo Brandão, conversa registrada em abril de 2015)

Para Eduardo, não dá para dar conta de todos os tipos de compradores de arte. O perfil da galeria “*tem uma latitude e tem que saber explorar essa latitude. Você tem que saber o que você quer. o grande público não vai comprar aqui.*” Em um bate-papo com a publicitária e colecionadora Ana Carmen Longobardi e a plateia de uma série de conversas com atores das artes visuais chamada *Programa Experiências*, promovida pelo Itaú Cultural em 2012, Eduardo narra, de sua perspectiva, o encontro com duas pessoas que vieram a ser

colecionadoras. Esses encontros estão relacionados ao perfil de “*uma moçada que [recentemente] compra [arte e que] muitas vezes vêm do mercado financeiro, muitas vezes advogados, e que têm uma rapidez*” nesse processo de compra. “*E não acho que seja uma rapidez que não seja digerida*”, complementa.

Tem um cara, não gostaria de falar nomes, ele chegou [na Galeria Vermelho] devia ter uns 27, 28 anos, queria conhecer arte, o que era a arte contemporânea [...] E comecei a falar. Um cara esperto, o olho dele não parava no mesmo lugar. Sabe quando você tem um bom aluno, você entra na classe tem aquele aluno e você fala ‘nossa, esse aqui vai me dar trabalho’, porque a curiosidade... é uma cabeça rápida? A sensação que eu tive com o sujeito era essa. Ai, no final, eu falei: ‘ó, espera um pouco.’ Ele queria... ‘ah, vou comprar isso.’ ‘Espera um pouquinho, tem uns dois livros aqui, pega o livro aqui, dá uma lida, daqui uma semana a gente conversa’ [disse Eduardo]. Porque [...] tem uma responsabilidade [...] ‘Não, quero comprar isso aqui’ [falou ‘o cara’]. ‘Não, calma, primeiro vai ver o que você tá comprando. Tá comprando uma coisa para por em cima do teu sofá? Isso aqui é mais difícil um pouco’ [reagiu Eduardo]. Bom, isso era um sábado, eu lembro até hoje, 2 horas da tarde. Às 10 horas, o cara, não sei como, conseguiu meu celular e me telefonou: ‘Então, eu tô aqui lendo isso daqui, mas eu acho que isso aqui...’ Primeiro eu falei, ‘puta saco, lá vou eu...’ Mas o cara era tão vivo, tão esperto, entendeu? Que aquilo [...] abriu uma conversa. Ganhei um amigo ali que me telefona. Muitas vezes eu tô fora do Brasil e o cara me telefona: ‘Ó, tô em Portugal. Tô na França. Vamos falar pouco’ [diz Eduardo]. Falar pouco é 15 minutos, entendeu? ‘Não, mas eu pensei nisso, pensei...’ [começa ‘o cara’] E depois de 3, 4 anos o cara tem uma puta coleção incrível. Fruto dele. Tudo aquilo ali, tudo tem uma razão. E é um cuidador, um grande cuidador do que faz.

Tem outro caso [...] Quando a gente abriu a galeria tinha um garoto que ia lá. Uma garoto assim: garoto. De bermuda, de rider¹⁸⁵. E ficava ali. Mas achei que ficava ali porque tem um lugar bacana ali atrás da galeria, tem umas árvores e tal. Então ia lá e ficava e conversava com a gente, batia papo e tal. E queria saber o que que era esse, o que que era aquele. Tinha uns vinte e poucos anos, 22, 23. E aí a gente fez uma exposição da [Chiara \[Banfi\]](#). E a hora que abria os quadros a gente estava muito animado. Abria isso e aquela coisa: ‘putz, ai que lindo’, ‘sei lá o quê.’ E o moleque ali no meio ‘ai, ai, que lindo, não sei o que lá. Putz, adorei esse.’ E aí ele olhou e falou: ‘Ah, esse daqui eu vou comprar.’ Aí eu falei: ‘Ai, que bom. Daqui uns anos você vai conseguir comprar. Espero que você, né?’ Ele falou: ‘Não, não. Isso aqui eu vou comprar.’ Aí eu falei: ‘Olha, isso aqui é um pouco caro.’ Aí ele falou: ‘Mas você aceita cheque, né?’ Eu falei: ‘É, aceito, mas é um pouco caro.’ Aí ele falou: ‘Mas quanto caro é isso?’ Não lembro o quanto era, mas era assim, ‘Isso é uns R\$12.000,00.’ Ele falou: ‘Ah, então dá para comprar dois.’ [risos da plateia] Tá? E é um colecionador aí. Tá aí e

185 Rider é uma marca de chinelo conhecida pelo solado de borracha ser sustentado no pé por uma única faixa que vai de lado a lado do pé. O colecionador-galerista parece usar o nome da marca como um substantivo e, portanto, optei por manter a palavra em minúsculo.

chegou de rider. E eu fiquei: 'Moleque, vem cá. Me ajuda aqui.' E me ajudou muito a carregar muita coisa na galeria. Muito, porque de vez em quando eu tava montando "Ó, me ajuda aqui, põe a luva ali e me ajuda a colocar prego." E compra. O cara adora a Chiara, continua comprando, tem todos os catálogos. E compra e sabe o que tá comprando, não tem dívida nenhuma. E continua entrando de rider. Então não tem, não tem um desenho e isso eu acho que é o mais legal de tudo. Não tem um tipo de gente que gosta de arte, tem várias pessoas que gostam de arte e isso é o melhor. Eu acho que essa é boa parte do todo. ([Eduardo Brandão in ITAÚ CULTURAL, 04/02/2013](#))

Duas observações. Primeiro, embora Eduardo destaque a diversidade de pessoas que gostam de arte, é preciso lembrar de que estamos falando aqui, antes de mais nada, de pessoas que têm dinheiro para comprar obras de arte. Não necessariamente têm condições de comprar a mesma obra de arte, ou investir grandes montantes, mas estamos falando de pessoas que têm capital financeiro para tanto, e isso, certamente, é uma característica que as une. Segundo, quando Eduardo e sua sócia Eliana Finkelstein se propuseram a abrir uma galeria, eles partiram da ideia de construir um espaço que fosse mais acolhedor do que a maior parte das galerias que eles conheciam, um espaço onde as pessoas pudessem conversar sobre arte, permanecer mais tempo, se sentar no chão, tomar uma água e um café. ([GALERIA MIGUEL NABINHO, 27/01/2011](#)) Não é em toda galeria que um jovem calçando chinelos, sem perfil de comprador ou artista, seria bem-vindo para lá estar – conforme já versei ao relatar habilidades de pessoas que trabalham em galerias reconhecer sapatos e demais acessórios e roupas de grife.

Colecionadores têm mais ou menos afinidades com as galerias e os galeristas, dependendo do que entende, procura e conhece como arte contemporânea. Isso tem a ver com a construção de “*fio condutor*” de suas práticas de colecionismo, que acontece “*quando a gente começa a pensar, a adquirir, conhecer [...] um pouco mais de artistas, de obras, entrar com mais profundidade no conhecimento da arte contemporânea*”. (Ana Carmen Longobardi in ITAÚ CULTURAL, 28/12/2012^a) Ana Longobardi aponta três critérios seus para comprar obras de arte: “*gosto que me fale alguma coisa e a que galeria pertence.*”

Com que galeria ele [o artista] está? Isso é uma coisa importante. Que tipo de galeria que é? Que tipo de artista ela trabalha? [Interessa] se é uma galeria mais conceitual, mais experimental, se ela desenvolve um trabalho junto com o artista. Se ela acompanha... Qual o mix de artista ela tem? Se ela investe em jovens artistas, se ela tem artistas com carreiras consolidadas. Eu não estou falando de consagrados, consolidados. [...] Acho que dá um bom equilíbrio. E que ela tenha uma boa reputação do

ponto de vista de mercado. [...] Porque muitas vezes você tem um artista e morre na praia, porque a galeria abriu mão, você não houve nunca mais falar. Não que isso não possa acontecer [...] tem galerias que o artista, por uma razão ou outra, muda. Acho que meu critério é: ter uma obra que fala e a que galeria pertence. Acho importantíssimo isso. Embora eu tenha comprado trabalhos de artistas muito jovens que eu conheci, não porque eu fui no estúdio deles, nada. [Foram em] exposições [e artistas] que não tinham galeria. Isso uma vez ou o outra. (Ana Carmen Longobardi in ITAÚ CULTURAL, 28/12/2012a)

Marcelo Secaf afirma que, como colecionador, comprou obras tanto diretamente de artistas quanto de galeristas. De sua perspectiva que, na ocasião de nossa conversa, era de um colecionador galerista, mas que há muito já vinha prestando trabalhos de consultorias para montar coleções,

a galeria [...] é quem chancela o artista. Se você tem duas pessoas pensando, você sente mais segurança. As duas pessoas são você e a galeria. [...] O galerista, a profissão dele, é estudar, decidir que aquele artista ele vai representar e apostar nele. Isso tudo dá trabalho e tudo isso tem um custo etc. Então, se o artista está ali é porque ele merece atenção. Isso faz crescer, de maneira geral, tanto a arte quanto a obra daquele artista. É, não diria um mal necessário, mas a galeria ajuda a impulsionar esse mercado, principalmente agora que existe uma overdose de artista, e de galeria, e de tudo, art adviser, curadores etc. Está muito complexo hoje, mas acho que tudo isso tem valor, tudo isso é válido. (Marcelo Secaf in conversa registrada em junho de 2014)

Marcelo Secaf e Eduardo Brandão são dois exemplos de colecionadores que colaboraram com minha pesquisa que também são galeristas. Mas, na prática, me parece que parte significativa dos galeristas e *marchands* são, em alguma medida, colecionadores – a tal ponto que, talvez, possamos falar em um “tipo” de colecionadores que, ao contrário dos especuladores, estão, dentro da lógica moral do colecionismo, autorizados a vender obras de arte – não as de seus acervos pessoais, muito embora espera-se que eles tenham em seus acervos obras de artistas que suas galerias representam.¹⁸⁶ Muitas vezes, é a atividade de

186 Paul Van der Grijp, no livro *Passion and Profit*, que é uma espécie de esforço de pensar uma teoria do colecionismo na antropologia, cita a antropóloga francesa Rolande Bonnain que, através de sua pesquisa com colecionadores de *arts premiers* elaborou cinco tipos ideias de colecionadores: 1) colecionador-artista, 2) colecionador-pesquisador, 3) colecionador-acumulador, 4) colecionador-revendedor e 5) colecionador que busca prestígio. O colecionador-revendedor, por sua vez, estaria “subdividido” em outros três tipos ideias: 4.1) o colecionador-vendedor, que revenderia peças “menores” obtidas outrora para comprar peças melhores para sua própria coleção; 4.2) o vendedor-colecionador, que se tornou um vendedor profissional para se dedicar integralmente a arte; 4.3) o

coleccionador que leva à de galerista (no sentido da primeira vir antes da segunda), como é o caso de Marcelo Secaf. Outras vezes, vender obras de arte é o que leva à aquisição, como é o caso de Douglas Azevedo,¹⁸⁷ jovem que trabalha em sua segunda grande galeria do eixo Rio de Janeiro-São Paulo e que, aos poucos, compra obras de artistas representados pelas galerias em que trabalha porque, afinal, não pode vender o que não compraria. E aí talvez esteja a coleção mínima de um galerista: trabalhos daqueles artistas que vende, no caso das galerias atuantes no mercado primário. Afinal, esse seria uma espécie de lastro mínimo desses artistas. Pois, se nem o galerista desejasse ter a posse daqueles que representa, quem mais teria? E, da perspectiva de um colecionador, me parece uma aquisição particularmente interessante, uma vez que ele paga o valor da obra que seria de direito do artista (em geral 50%) e o restante do valor paga, de certa forma, com o seu trabalho – já que é a ele (e a seus sócios, se for o caso), ou a sua empresa, que os demais 50% se destinam. É difícil pensar em uma facilidade maior que a do galerista para adquirir uma obra dos artistas que representa. Por vezes, a aquisição do galerista pode passar, inclusive, pela intenção de ajudar um ou outro artista que represente e que, por ventura, esteja precisando de dinheiro. Na visita à casa de um galerista, ele me mostrou uma obra sobre a qual afirmou “*Comprei porque ele [o artista] estava precisando de dinheiro.*” (diário de campo, fevereiro de 2017)

João Carlos Figueiredo Ferraz, colecionador sobre o qual ouvi diferentes galeristas afirmarem ser muito autônomo em suas escolhas, que “*confia muito em seu olhar*”, por vezes compra obras diretamente com os artistas em seus ateliês, mas

mesmo quando eu compro de artistas, no ateliê, eu faço questão de falar na galeria: “Olha, eu fui lá, gostei, comprei.” Eu tenho uma relação com as galerias muito boa. Eu acho que é importantíssimo prestigiar o trabalho das galerias. Eu acho que é importante, porque, na verdade, elas estão cumprindo papel que é fundamental, principalmente em arte contemporânea. Porque trabalhar com os artistas modernos, trabalhar com um Di Cavalcanti, Volpi, [\[Cândido\] Portinari](#) é fácil. Isso aí qualquer um trabalha, mas você pegar um artista que nunca expôs, olhar, investir nesse artista, pôr na galeria, fazer um trabalho em cima dele, são poucas as galerias que têm a competência de fazer isso bem e você tem que prestigiar. Eu prestigio essas galerias, porque

coleccionador-especulador, cuja primeira motivação seria, como meus interlocutores diriam, “fazer dinheiro com arte.” (GRIJP, 2006) Ao longo desta tese é possível observar que esses tipos ideias de Bonnain fazem muito sentido dentro da sociologia nativa dos colecionadores de arte contemporânea. O tipo específico que colecionador seria o vendedor-coleccionador.

187 Nome ficcional.

eu acho o trabalho delas muito importante pra esse ciclo todo. (João Carlos Figueiredo Ferraz in GOMIDE, 2014, p. 401)

Ou seja, o trabalho do galerista não tem importância apenas no início da trajetória do colecionador. Em uma conversa que acompanhei entre um colecionador e um galerista¹⁸⁸, na ocasião de uma visita do galerista ao colecionador, o galerista defendeu a importância de uma equipe de vendas dentro das galerias para que o galerista não ficasse sufocado pela “*pressão de vender diariamente as obras para pagar as contas da galeria, que são astronômicas*” e, conseqüentemente, ficar “*ofuscado para a direção que a coisa está indo.*” O colecionador se posicionou da seguinte forma diante de tal afirmação:

É difícil isso, principalmente no caso de artistas jovens [...] e de artistas desconhecidos. Porque quando você vai a uma galeria e você vê uma tela, ou uma obra de alguém que você não conhece, você tem que confiar no teu olho [...] e você tem que confiar no galerista que tá trazendo aquilo para expor. Então a minha relação de compra, nesses trinta e cinco anos, é sempre direto com o galerista. A [Sofia Acuminata],¹⁸⁹ por exemplo. Eu entrava na galeria, tinha uma coisa nova e eu perguntava: “[Sofia], o que que é isso?” Pela resposta dela eu percebia se ela estava segura, se ela não estava. Porque antes do teu olhar, tem o olhar do galerista pondo aquilo na parede. Então ele tem confiança naquilo e ele tem que te vender aquilo. E o funcionário da galeria não consegue [...] Eu chego na [sua galeria] e vejo o trabalho do [Fulano], por exemplo. Eu nunca tinha visto um trabalho do [Fulano]. E é um trabalho que você não vê por aí. Eu fui entender o trabalho do [Fulano], e ter segurança no trabalho do [Fulano], por conversar com você. Porque é você que conhece e diz “esse cara é isso, é isso, e isso e tal.” Então você transmite a segurança, porque você sabe o que você está botando ali dentro. O teu funcionário não sabe. Principalmente em arte contemporânea. Quando ele é artista conhecido não tem nada disso, porque você sabe qual é do trabalho do cara, o que é bom, o que não é bom. Mas quando é um artista que está expondo pela primeira vez, que é desconhecido, você tem que ter alguma referência. E qual é a referência que você tem? É o próprio galerista. (diário de campo, novembro de 2014)

Segundo o colecionador, para vender uma obra com eficácia, o galerista precisa ainda passar segurança em relação as suas escolhas e apostas. O galerista é uma espécie de lastro, uma garantia daquilo que o colecionador está comprando. Talvez um tipo de extensão do próprio olhar do colecionador para a arte contemporânea, alguém a que o colecionador associa-se para ter mais acesso, conhecimento e controle sobre o que adquire. E,

188 Optei aqui por não nomear nem o galerista nem o colecionador com o objetivo de não identificar nenhum dos dois e nem criar mais nomes em uma tese já bastante povoada.

189 Nome ficcional.

ao mesmo tempo, quase como uma marca.¹⁹⁰ O galerista dá continuidade à conversa com o colecionador falando sobre uma grande galerista de São Paulo que tem uma “*equipe de vendas incrível. E as meninas que trabalham com ela são muito competentes. Uma faz mais um perfil institucional, outra faz mais um perfil alta sociedade de São Paulo e elas são muito boas, eles vendem algumas coisas ali.*” Diz que a galerista em questão vende obras de arte,

mas não na proporção que a equipe de vendas atinge. É claro que eu acho que o galerista tem que estar ali, ele tem que validar, ele tem que estar perto, e a alguns clientes, em especial, ele vai dar mais atenção, ele vai estar mais próximo. Mas no dia a dia ele tem que dirigir uma galeria, ele tem que encontrar a direção disso. Mas para a galeria se manter tem que ter alguém 24 horas tentando vender. (diário de campo, novembro de 2014)

O colecionador acabou concordando com o galerista, destacando que teria esse alguém que vendesse para o galerista que ser de muita confiança.

O galerista Paulo Nóbrega me contou, certa vez, que havia contratado uma pessoa para trabalhar com vendas em sua galeria que “*falava o que fosse preciso para vender, que ele improvisava*” e, pelo que pude compreender, fornecia informações até mesmo mentirosas aos clientes de sua galeria. Paulo disse ter se arrependido completamente, que era o tipo de pessoa que não entendia “*a seriedade daquilo ali*”. (diário de campo, novembro de 2014) Aquilo ali era, no caso, a galeria, a relação com o cliente, a relação entre a arte e o comprador de obras de arte, a própria arte contemporânea.

Segundo José Olympio Pereira, “boas galerias funcionam como filtros”: é preciso olhar para qual galeria representa o artista antes de adquirir obras deste artista. A galeria é, da perspectiva do colecionador, fundamental não apenas no sentido de promover e representar comercialmente o artista, como também em sua orientação profissional.

“O fato de ter um bom *marchand*, que tem controle sobre a produção e orienta o artista, é uma segurança para o colecionador. Existe sempre um risco em relação ao artista contemporâneo, mas sendo um bom artista e

190 Estou pensando aqui, por exemplo, que quando eu opto por consumir roupas que não sejam produzidas com trabalho escravo em nenhuma parte de seu processo de produção (seja na extração de matérias-primas ou na confecção final), eu as escolho a partir de determinadas marcas. Como é impossível para mim, como consumidora final, averiguar o que acontece em toda a cadeia produtiva de uma determinada peça, eu dirijo meu olhar para a empresa que me vende o produto, confiando que ela está fazendo o mesmo em relação a seus fornecedores. É nesse sentido que penso essa empresa como uma extensão do meu olhar.

tendo um bom *marchand*, o sucesso é quase garantido”, diz o colecionador e investidor José Olympio. (MAPA DAS ARTES, sem data/b)

Idealmente uma galeria deve investir na carreira do artista, “fazer” sua carreira sem “colocar o interesse comercial acima da paixão pela arte”. Ou seja, a **reputação** da galeria é relativa a um interesse primeiro pela arte, mesmo sendo ela um espaço comercial. A partir do momento em que reconhecem a seriedade do galerista e seu comprometimento com a arte, os colecionadores sabem que potencialmente trata-se de uma boa parceria. Para muitos compradores de arte, a galeria ter um bom *portfólio* de artistas e de clientes, aparecer bem na grande mídia, investir em artistas que logo serão valorizados, também faz parte dessa reputação – não é à toa que essas são características que correspondem às grandes e mais “bem-sucedidas” galerias do mercado *mainstream* de arte contemporânea. Olympio afirma que compra apenas com galerias: não visita ateliês de artistas desconhecidos (“*dá um trabalho do cão, a gente nunca sabe se o cara vai ou não vai, se tem acompanhamento...*”) ou compra obras de *marchands*. (in SP-ARTE, 13/05/2011)¹⁹¹

3.3.2 artistas-galeristas-colecionadores

João Carlos afirmou acima por vezes comprar obras de arte diretamente em ateliês. Alguns colecionadores, no entanto, compram única e exclusivamente de galerias. É o caso de Diego Cassia, que afirma nunca comprar dos artistas, apenas das galerias. Diz que não consegue negociar com artista, que não gosta de tratar desse assunto com eles. “*Eles [artistas e galerias] têm um sistema e eu não quero romper o campo.*” “*Por quê?*”, insisti. “*Acho que é sacanagem. Foi uma regra que estabeleci. O artista não é vendedor.*” (diário de campo, dezembro de 2014) Outros colecionadores optam por comprar apenas de galerias porque sentem “*dificuldade em lidar com o ego do artista.*” Outros preferem, ainda, comprar única e exclusivamente direto do artista, não concordam com o sistema artista-galerista-colecionador, preferem não negociar com os galeristas, porque “*na galeria fica uma coisa, assim, muito impessoal. A galeria está preocupada em vender.*” (Neuber Siqueira in GOMIDE, 2014, p. 328) Quando os colecionadores procuram diretamente os artistas para adquirir suas obras,

191 Dadas as imprecisões encontradas em campo em torno do termo *marchand* (ora ele é usado para se referir genericamente a todos aqueles que vendem arte; hora ao mercado secundário; independentemente de o vendedor ter ou não galeria; ora ao vendedor de arte que não possui uma galeria), é preciso prestar atenção ao contexto em que a palavra é usada. Neste caso, parece se referir ao vendedor de arte, se galeria, que não dá “suporte” à carreira do artista.

cabe a esses artistas, caso estejam vinculados a galerias, informar (ou não) essas empresas das vendas e repassar (ou não) aos galeristas a porcentagem acordada entre as partes – ao menos este parece se o acordo mais comum entre artistas e galeristas.

Para Oswaldo Correa da Costa, hoje é muito mais difícil “ficar amigo dos artistas e comprar diretamente deles. [...] Se você compra diretamente do artista você tem que pagar a comissão da galeria. Então isso se profissionalizou e eu acho que é bom para o artista, mas é ruim para o colecionador com poucos recursos.” (in GOMIDE, 2014, p. 426) Esse ser bom para o artista está relacionado ao fato de que, idealmente, o galerista “trabalha o artista.” Isso significa que, se o artista é responsável por produzir a obra de arte, o galerista é responsável por fazer essa obra circular e distribuí-la. E essa circulação não é apenas no sentido de vender obras, expondo os artistas na própria sede da galeria e em feiras de arte, mas de fomentar a inserção institucional dos artistas através de exposições em museus e demais instâncias de visibilidade pública e, em especial, vendendo seus trabalhos para essas instituições. Quando acessamos o currículo de um artista, ele normalmente está dividido em três itens: exposições individuais, exposições coletivas e coleções/acervos (em geral) de instituições. Duas são as principais queixas que ouvi dos artistas em relação às galerias a que pertenciam – e que os levava a migrar de galeria quando possível: que os galeristas não os vendiam e que não “os trabalhavam.” Perguntei a um artista que havia recentemente mudado de galeria se o fez porque a galerista não o estava vendendo. Ele respondeu que “*ela vendia muito bem, mas não trabalhava as vendas.*” “*Como assim?*”, insisti. “*Ela não procura me inserir em coleções institucionais ou coleções importantes, parece divulgar pouco meu trabalho. Tenho participado de poucas feiras, faz tempo que não faço uma individual na própria galeria.*” (diário de campo, abril de 2014)¹⁹² Outro comentário nesse sentido, escutei em um grupo de jovens artistas, na casa dos trinta e poucos anos; comentavam que um deles, até pouco tempo atrás, esteve na “*geladeira da Sofia Acuminata*”, uma galeria muito famosa e respeitada de São Paulo. “*Como assim?*”, perguntei. “*Você não conhece a geladeira da Sofia? Ela é famosa.*” Explicaram que, da perspectiva deles, e pelo que pude compreender, era uma espécie de cilada em que jovens artistas “*entravam*” para essa galeria famosa,

192 Eis aqui um claro exemplo de que não há uma captura unilateral do artista pelo mercado, nesse caso representado pela figura do galerista, mas de que o artista participa ativamente desse jogo – como também acontece, aliás, entre o artista e o circuito institucional de arte, que não é necessariamente passivo nessa relação e por vezes faz as lógicas desse circuito operarem em seu favor (conforme trabalhei em minha dissertação – CORDOVA, 2010).

reconhecida, disputada, mas a galerista não trabalhava a carreira desses artistas e não os vendia, deixava eles lá, parados, mas reservados para quando (e caso) fossem interessantes para ela. Deram o exemplo de outra artista, um pouco mais velha, “*que também ficou na mesma geladeira*” durante algum tempo e que agora está em uma outra grande galeria paulistana e é também representada por uma das mais reconhecidas galerias internacionais. (diário de campo, setembro de 2012)

No círculo de artistas a que tenho acesso, Eduardo Brandão é considerado um dos melhores galeristas, e a Galeria Vermelho, da qual é sócio, é uma das mais cobiçadas. Tem uma ótima reputação dentre os artistas que conheço, seja pelo trabalho que desenvolve junto aos artistas que representa, quanto pela qualidade do trabalho dos artistas que representa (e imagino que a qualidade das festas que oferece na ocasião das aberturas das exposições e durante eventos como a feira SP-Arte também tenham alguma coisa a ver com isso). Segundo Eduardo, uma diferença-chave entre o mercado primário de arte (que é o que você leva pela primeira vez a obra ao mercado de arte) e o mercado secundário (de revenda de obra de arte) é que, enquanto nesse último os comerciantes trabalham com obras de arte, com objetos, no mercado primário

you represent the artist, you think about the artist's career. Then, you are on the artist's side and he is your partner, the person who works 50 to 50 [percentage relative to the division between gallery and artist of the value for which the work of art is sold]. You are interested in putting the artist in a scenario, you are the agent of that artist. The work, of course, is what people buy and what the artist does, but [...] the network is bigger: you think about the artist's career, you are on the artist's side because of the career. You take care of the work, documentation of the work, photography of the work, exhibitions. Where the artist will make an exhibition, all the development of this exhibition, strategy, sending work out, many times the artist does not even know, it is the gallery that does. But one thing that I think is important to say, for me the most important: the artist has a universe, the artist has a subject, there are questions that generate works. The work means in a certain way that what he thinks, what he believes, what he advocates. And I have to believe in this, I have to share these ideas, this universe, these questions, to be able to represent. Then it is a trade. He has to believe in a good representation, because I understand what he is doing, [...] I believe that that person or that woman is doing what I understand as a good production of thought in the philosophical field. And that I will fight for that to survive, for it to exist. This is my position in the market. (Eduardo Brandão in ITAÚ CULTURAL, 28/12/2012b)

Trabalhar o artista, também significa escolher para quem vai vender a obra de arte, se houver essa possibilidade.

Porque também não quero vender para alguém uma coisa que o cara compra, põe na casa lá e depois quer devolver, entendeu? É a pior venda do mundo. Não quero. “Ah, eu vendi para um amigo.” Para a gente não adianta nada isso, só estraga. Não tem tanta obra de arte, gente. “Tem muito artista, blá-blá-blá.” Não tem. Não tem. Tem pouco, entende? E você não pode desperdiçar o pouco que tem. (Eduardo Brandão in ITAÚ CULTURAL, 28/12/2012b)

Ah, então vocês escolhem para quem vão vender? [A gente] escolhe sim. Mentira quem fala que não escolhe, se você puder escolher, você escolhe. E eu até falo por que escolhe: se você tem um filho e ele vai passar a tarde na casa de alguém, você quer escolher com quem teu filho vai ficar. Se eu puder escolher, eu escolho. Eu gostaria muito que as obras dos artistas que eu trabalho fossem a coleções que eu sei que as pessoas vão cuidar. Para mim é básico isso. [...] Tem gente que cataloga aquela obra, cuida, não põe do lado da janela que vai tomar sol, esse tipo de coisa. E outra coisa, para mim, que é de extrema importância: se uma instituição precisa para uma exposição, aquele sujeito empresta obra.¹⁹³ Eu posso, eu conto com aquele cara. Eu ligo assim: “Ô José, estamos indo aí pegar a obra pra uma exposição.” E o cara fala assim: “Ok, vai mandar buscar? Tem seguro?” Então, a obra não é minha; a obra não é do artista; a obra, desculpa, não é do colecionador. Ele compra, a obra é da cultura, a gente não pode esquecer: a obra é da sociedade. E quem faz isso mais viável, mais fácil, é claro, eu favoreço, sem dúvida nenhuma. E não é pensando em mim, pensando no artista. É pensando no todo. Se o cara vai emprestar aquela obra [...] Se ele vai cuidar se ele vai catalogar a obra, se é um cara que sabe falar da obra, é ele que vai levar a obra, sem dúvida nenhuma. (Eduardo Brandão in ITAÚ CULTURAL, 04/02/2013)

Enfim, trabalhar o artista também pode significar conter uma possível subida de preço do artista para além de um valor que seja relativamente coerente com o mercado:

A gente acredita que a coisa mais importante é o artista ter o seu trabalho em museus ou coleções que abrem ao público. Ou seja, que tenha a consideração, o reconhecimento da sociedade [...] de] que ele faz parte da cultura [...] E é para isso que a gente trabalha. Isso dá uma chancela para o

193 Embora, particularmente, não tenha observado isso como algo tão conflituoso ao longo de minha pesquisa, segundo a arquiteta Silvia Finguerut, “o empréstimo de obras é uma das questões mais controversas dentre os colecionadores. E, por um lado, há o prazer de expor suas obras [em grandes exposições e museus de prestígio], e também a intrínseca valorização, por outro lado, [...] a ausência dessas obras, normalmente por longos períodos, revela o ciúme de perder o convívio com a sua coleção. No passado, os colecionadores tinham muitas restrições ao empréstimo de suas obras, principalmente em vista da segurança e de eventuais danos que poderiam acarretar os deslocamentos. As grandes exposições são hoje realizadas com grande profissionalismo. Além de contratar seguro, as transportadoras especializadas e as embalagens são parte obrigatória dos contratos de empréstimos, que muitas vezes incluem também as recomendações para montagem e materiais que devem ser utilizados e eventualmente repostos a cada montagem.” (FINGUERUT, 2016, p. 209)

trabalho do cara e para o nosso trabalho. A gente sabe que os museus têm uma quantidade de dinheiro para comprar os artistas latino-americanos, o artista que tem em torno de 20 anos, o artista que tem menos de 35, têm tabelas para tudo. Um artista que sobe o preço muito rapidamente, ele pode entrar [no mercado] e responder a um colecionista privado, mas ele não vai estar, provavelmente por causa do preço, em um colecionismo público. Porque o museu não tem o valor para comprar. [...] Então o que eu tento fazer é segurar o preço mesmo que tenha muita gente querendo comprar aquele artista. Eu seguro o preço para quando você [museu] quiser comprá-lo, vai poder comprar aquele artista. Então, são etapas e não dá para pular etapa. (Eduardo Brandão in ITAÚ CULTURAL, 04/02/2013)

Pelo que pude compreender, da perspectiva de Eduardo, uma rápida e desproporcional subida de preços de um artista pode resolver, a curto prazo, uma carência financeira do artista e da galeria. Mas, a longo prazo, isso tem uma eficácia oposta, porque vai na contramão da consolidação da carreira do artista e, conseqüentemente, não colabora com a própria reputação da galeria e seu galerista – que, como vimos, é um lastro importante para a própria valoração (e conseqüente aumento de preço) do artista dentro do mercado. Se isso diz respeito ao destino das obras de um artista, idealmente uma coleção que seja aberta ao público, isso, segundo Ana Carmen Longobardi, “*respinga nos colecionadores*” particulares como um todo e não apenas naqueles que possuem institutos, museus e fundações para abrigar suas coleções. “[Como colecionador] *you tenta acompanhar o processo. Tem artista que eu realmente gostaria de ter um exemplo de cada momento da carreira dele e fica proibitivo, porque logo mais o preço dobrou, inflacionou, triplicou, por conta de distorções.*” (in ITAÚ CULTURAL, 04/02/2013)

E ainda, e por fim, trabalhar o artista pode significar orientá-lo e estar atento para que não caia em modismos ou, nas palavras de um amigo artista, “*fique reproduzindo aquilo que sabe que dá certo e que funciona*”, mas que deixa de “*dar certo*” enquanto arte e “*de funcionar*” justamente porque entra em um “*modo de produção automática*”:

O cara tem ali um bom traço, um bom desenho, uma boa pintura. E tudo isso vem por causa da pesquisa, o cara está fazendo uma pesquisa. Não tem ingenuidade. Não existe ingenuidade, eu acho. Se aquela obra, ela significa pesquisa, eu acho que ela vai para o mundo da arte. Não do artístico, mas da arte. Aí o cara, ele pode aprender a fazer aquilo lá e aí não é mais uma dúvida, vira uma pseudodúvida, ou uma estética da dúvida – porque a arte tem que ter uma quantidade da dúvida. E o cara fica produzindo não mais com dúvidas, mas com certeza. E a arte não precisa de certeza. A gente não tem certeza, a arte é um campo da pesquisa do amanhã e do amanhã a gente não tem certeza de nada. Aí o cara começa a se mimetizar porque está dando certo comercialmente. Então é isso, a gente tem que ficar atento. Aí

que eu digo que a gente cuida da carreira do artista. Você tem que estar atento a isso porque também é bom para você. Você está mantendo a sua galeria, está mantendo o seu salário [...] O importante é que ele, artista, fique cada vez mais maduro. E não é demagogia. Até como negócio: o importante é aquele cara pensando e produzindo arte e não há obras que ele já sabe qual é a resposta. O artista, quando ele tem uma tela em branco e ele já sabe como ele vai acabar, ele não precisa fazer. [...] Arte é um campo de pesquisa, sim, então tem que ter a dúvida. O artista tem que ter a dúvida de aonde vai chegar. E quando ele tem certeza de aonde você vai chegar e vai para o campo do artístico, porque sensível todos nós somos.¹⁹⁴ (Eduardo Brandão in ITAÚ CULTURAL, 04/02/2013)

Ao versar sobre o acordo de exclusividade dos artistas com galerias, Eduardo explica que existe um tipo de exclusividade que é territorial: ou seja, uma galeria específica é a única que pode representar o artista naquela determinada localidade (cidade, país...) E ao versar como funciona positivamente trabalhar com mais galerias representando o artista, respeitada essa exclusividade territorial, o galerista apresenta um “tipo” de galeria que é oposta ao que os colecionadores que têm voz neste texto referem-se como uma boa galeria: a galeria de balcão. *“Galeria de balcão [...] a gente chama quando o cara [coleccionador ou outro comprador] vai lá e compra a obra e o cara [galerista, vendedor] não está trabalhando o artista.”* Para Eduardo é um problema ter outra galeria nesse perfil representando o artista, porque *“tem gente que quer vender o artista, pronto, acabou”*, e não faz o mesmo investimento em sua carreira que ele e *“depois o outro lá vai poder vender mais fácil porque não teve o mesmo custo.”* Agora, se a outra galeria que representa o artista em outra localidade trabalha o artista, o galerista *“é muito bem-vindo [...] aí é interessante. É mais um associado, porque junta força e você pode dar um serviço para o artista mais complexo e melhor.”* E exemplifica:

se um cara [que representa um mesmo artista] faz uma [mesma] feira comigo, [...] a gente combina] “eu coloco essa peça do sujeito, do artista, que você põe aquela peça.” Aí a pessoa que está na feira consegue imaginar melhor [o trabalho do artista], porque eu não posso ter um estande inteiro com um artista [...] Ou se a gente tem uma instituição que quer fazer uma exposição e não consegue bancar [a exposição] e a gente dividir com a instituição o custo dessa exposição, um museu na Itália [por exemplo] e aí

194 Essa reflexão de Eduardo novamente me remete à prática da antropologia e aquilo que ouvimos inúmeras vezes durante nossa formação como pesquisadores: se você já sabe a resposta para sua pergunta, não precisa fazer pesquisa de campo. Aliás, se no final da pesquisa de campo sua pergunta permaneceu a mesma do início de campo, é possível que você não tenha feito uma boa pesquisa de campo, uma vez que os interesses tendem a se transformar no encontro com o outro.

eu tenho outro galerista na Inglaterra, aí a gente divide o custo e ajuda a ter a exposição do artista. É muito interessante entendeu.[...]. Para mim exclusividade é isso, trabalhar junto ou não. (Eduardo Brandão in ITAÚ CULTURAL, 04/02/2013)

3.3.3 sobre acessos

Tanto Justo Werlang quanto Marcelo Secaf aproximaram, em algum momento, a galeria de uma loja de roupas de luxo ao referirem-se ao constrangimento que ela pode gerar. Ao narrar o início de sua trajetória como colecionador, Justo afirma que “*era meio difícil entrar em uma galeria, como até hoje é difícil entrar nessas lojas de moda*”, dando a entender que ele se sentia constrangido a adquirir algo quando entrava nesses ambientes. Comentei em uma conversa com Secaf que um casal de amigos, que morava a uma quadra de uma galeria em São Paulo, cujo lugar fazia parte de seus trajetos diários, sentiam-se constrangidos de entrar ali. O fizeram apenas uma vez e tinha um “*carrossel inteiro dentro dela*.” E eles consumiam arte, no sentido de visitar museus, ir a teatros, shows e cinema. Ele, estava terminando o doutorado em antropologia. Ela era professora de inglês. Tratava-se de um casal classe média, acostumado a frequentar uma série de aparatos culturais que não são acessados por uma grande maioria de brasileiros, e que se dizia muito “*curiosos por saber o que se passava lá dentro*”. (diário de campo, 2014) A galeria era uma espécie de enclave fortificado (CALDEIRA, 2000) para eles, feito não de concreto e da ostentação de aparatos de segurança, mas edificado simbolicamente. Marcelo disse que tinha “*a ver com o desconhecido*”, que se ele “*entrasse em uma loja superchique, [ele] também [se] sentiria constrangido*”. (in conversa registrada em junho de 2014) Parece-me que essa relação com [outras] lojas de vestuário de luxo não é nada aleatória. Tem a ver com o fato de que quem tem dinheiro – e muito – é o principal público das galerias. Trata-se de uma elite que se segrega socialmente (também) através de códigos que não são de fácil leitura para quem não pertence a ela. Códigos esses que, nada inteligíveis para um estrangeiro, tem como efeito uma sensação de desencaixe, de que se está em um espaço que, mais do que não lhe pertencer, lhe é hostil – vide as sensações que tive e que narrei nos esforços de acessar meu campo no início deste trabalho. Como me disse o cientista político Fernando Gil – o comprador de arte de internet que já apresentei acima – “*eu teria muita vergonha de entrar no leilão ao vivo, ir a uma galeria, [...], porque eu não conheço os códigos. [...] No mundo em que eu vivo [...], as pessoas não estão ligadas a isso. A classe social que a gente frequenta não tá ligada a isso.*”

(diário de campo, janeiro de 2015) Essa sequência de comparações e posicionamentos frente a galeria de arte parece versar sobre como elas são espaços de consumo não apenas de uma elite, mas de membros de uma elite que tentam se diferenciar de outras elites por empregar seus recursos financeiros e dedicar seu tempo livre¹⁹⁵ ao cultivo artístico e à reflexão intelectual inerente ao mesmo.

Tempo livre é um recurso escasso e que pertence cada vez mais a uma elite econômica, porque, como bem observou recentemente o antropólogo Leonardo Campoy na arguição de um trabalho sobre a Uber em Curitiba, “*se antes o tempo livre, algo que era oposto ao trabalho, era colonizado pela indústria cultural, hoje ele é colonizado pelo próprio trabalho*” (anotação pessoal, dezembro de 2017). Há muito o “tempo livre” do trabalho formal das mulheres é colonizado pelo trabalho não remunerado e não reconhecido enquanto tal que é o trabalho doméstico. Mas Leonardo referiu-se como é o próprio trabalho reconhecido enquanto tal, aquele que gera recursos financeiros, mesmo que seja informal, tem colonizado o tempo livre. Então, ao tornar o colecionismo de arte contemporânea um *hobby*, uma atividade que, além de exigir o investimento de grandes volumes de dinheiro em obras de arte, demanda um *lifestyle* extremamente caro, que, idealmente, envolve circular pelo mundo e, como os colecionadores destacam, dá muito trabalho, exige muita dedicação. Ou seja, os colecionadores investem no colecionismo um recurso escasso para muitas pessoas: tempo livre. Um tempo livre que não existe necessariamente porque essa elite trabalha pouco, já que muitos colecionadores são banqueiros, profissionais liberais e empresários que muitas vezes declaram fazer jornadas de trabalho de doze horas diárias. Mas um tempo livre que existe porque, mesmo com uma longa jornada de trabalho reconhecido enquanto tal, essa elite parece administrar de outra forma o seu tempo fora do trabalho. E faz parte dessa administração do tempo do trabalho formal a terceirização do trabalho doméstico. Lembrando que a quantidade de empregados domésticos que servem a elite econômica brasileira tende a ser grande se comparada com as elites de outros países, o que, por sua vez, está intimamente ligado à desigualdade econômica do país – segundo uma matéria publicada pela [Carta Capital em 2013](#), que divulgava um estudo divulgado pela Organização Mundial do Trabalho, “estimativas prudentes, que provavelmente subestimam a verdadeira magnitude do trabalho doméstico”, segundo a própria organização, apontavam para cerca de 7,2 milhões

195 Segundo os economistas George Kornis e Fabio Sá-Earp, “em sua esmagadora maioria, as operações de aquisição de uma obra de arte são realizadas durante o tempo livre”. (2016, p. 39)

de trabalhadores domésticos no país. Para o mercado *mainstream* de arte contemporânea existir, esse mercado relativo a obras de arte na casa das dezenas de milhares de reais para mais, é preciso que haja pessoas com dinheiro capazes de pagar por esses objetos. E isso não significa necessariamente estar em um contexto economicamente favorável, estável, rico, com pouca desigualdade social. Pode ser um contexto marcado por uma profunda desigualdade social, onde muito dinheiro esteja nas mãos de poucas pessoas. Nesse sentido, a concentração de renda do Brasil, e conseqüentemente de “tempo livre do trabalho”, parece ter favorecido, durante determinado período, a aquisição de obras de arte.

Mas não basta ter dinheiro e tempo livre para ser bem recebido em uma galeria. Por vezes não são apenas os códigos de pertencimento à elite econômica que são desejáveis para lá estar (como o vestuário, sobre o qual já falei em outro momento), mas a própria prática do colecionismo. Uma das primeiras das tantas conversas que ouvi nos estandes da feira foi um senhor perguntando a um galerista quanto custava determinado quadro. E o vendedor a respondeu com outra pergunta: “*Quem é você?*” (diário de campo, maio de 2012) Aos poucos compreendi que determinados artistas têm filas de espera, e por vezes é preciso ser um colecionador estabelecido e respeitado enquanto tal para ter acesso a elas. A publicitária Ana Carmen Longobardi, que se considera uma acumuladora e cuidadora de obras de arte, conta:

Eu vou muito a Nova York, eu gosto muito, eu faço os meus trajetos, então eu sou ignorante em muitas exposições que eu vou, não conheço o artista e eu quero saber. Realmente é meio constrangedor, porque tem umas [... galerinas], elas não te olham, não levantam o olhar. [...] Então como uma figura, um ser mortal, eu realmente já fui muito maltratada. (Ana Carmen Longobardi in ITAÚ CULTURAL, 04/02/2013)

Já Luiz Augusto Teixeira de Freitas, no início de sua coleção, começou “*a procurar algumas galerias, alguma orientação em Lisboa*” e não conseguiu encontrar. Também tentou em Londres, “*mas sem nenhuma referência e sem ninguém para me ajudar, sem algum tipo de indicação de orientação*” (in SP-ARTE, 26/06/2012), também “foi rejeitado nas principais galerias”. ([QUIROGA, último acesso em 22/02/2015](#))

Minha ideia principal, naquele momento, era conhecer para começar a comprar alguma coisa com algum tipo de orientação. E foi essa situação bastante curiosa: [...] eu estava em uma exposição com minha filha, em Madri [...] Completamente ao acaso, tinha uma exposição de arte latino-americana. E, na entrada dessa exposição, tinha um quadro. E eu, sempre muito curioso, fui ver e esse quadro pertencia a um nome que eu conhecia.

[Conhecia] o nome, não sabia se era aquela pessoa, mas conheci o nome. E era Paulo Vieira,¹⁹⁶ que era meu amigo do Brasil, que eu não via há pelo menos 10 anos. Trabalhamos juntos quase que como estagiários no Brasil antes de eu ir para Nova Iorque [...]

Adriano Pedrosa – *A exposição era Fricciones, que eu cocurei com Ivo Mesquita em [19]99, 2000 [...] E o quadro de uma pintura da Beatriz Milhazes* [...]

Luiz Augusto – *Meses depois eu vim ao Brasil e trouxe aquele número para ligar para o Paulo. Entrei em contato com ele, fui ao escritório dele [...] O escritório dele era lindíssimo, com obras de arte, com uma coleção interessante. Conversamos durante muito tempo [...] E falei do meu interesse em conhecer mais e poder ter algum tipo de orientação. Ele falou que no Rio não teria ninguém para [eu] ver, mas em São Paulo me deu três nomes: o da Luisa Strina, da Márcia Fortes e do Adriano Pedrosa. [...] Ele ligou para essas pessoas do escritório e o Adriano estava fora, mas com a Luisa e com a Márcia ele fez o contato para eu visitar suas galerias. Eu vim a São Paulo [...] Eu fui à galeria da Luisa primeiro e disse que eu era amigo do Paulo, que queria comprar algumas coisas. A Luisa ficou lá no canto dela, não me deu muita bola. Acho que nem se levantou. Falou “Olha aí, tem umas coisas para vender se você quiser, tem desenho do Tunga”. E não disse nem quem era, o que que era. Eu falei “tá bom, obrigado”. Em 15 minutos eu já tava despachado da galeria e fui tentar a sorte na próxima. Estive então com a Márcia. Com a Márcia eu acho que cheguei 1h da tarde e saí às 9 horas da noite. A Márcia trouxe todos os catálogos que tinha na sala dela ou na sala de reuniões, já não me recordo. Explicou todos os artistas, um por um. Tive uma imersão ali de 8 horas de tudo que ela tinha. E realmente, foi o primeiro grande encontro com a arte contemporânea, foi com a Márcia, naquele momento que a galeria estava em transformação. E foi superinteressante, foi a primeira janela que se abriu para ter contemporânea para mim. (Luiz Augusto Teixeira de Freitas in SP-ARTE, 26/06/2012)*

Já Pedro Vieira teve uma experiência diferente com Luisa Strina, proprietária daquela que é considerada por muitos dos atores das artes visuais a primeira galeria de São Paulo: ela foi muito solícita no início de sua coleção. A mesma opinião tem Drauzio Gragnani (coleccionador que, no segundo semestre de 2017, abriu uma galeria “com vocação institucional” em São Paulo chamada Brick’Galeria, ao lado do arquiteto Guilherme Torres – GIZ, 19/09/2017)

Os *marchands* Marcantônio Vilaça, morto em 2000 aos 37 anos, e Luisa Strina são apontados por Gragnani como dois importantes incentivadores.

196 Segundo a revista Quem Acontece, de março de 2005, Paulo Vieira é advogado, assim como Luiz Augusto, e de sua “amizade com diversos artistas nasceu o interesse [...], pelas artes plásticas há pouco mais de dez anos. À medida que ia adquirindo peças, as coisas foram ficando cada vez mais profissionais. Hoje, além de sua coleção particular, mantém com os sócios de seu escritório uma coleção de obras de jovens talentos.” ([QUEM ACONTECE, 03/2005](#))

“Muito cedo eles acreditaram na figura do jovem colecionador, para eles o que importava era o desejo e a vontade de conhecer. Não ligavam se a pessoa ainda não tinha muito dinheiro para comprar, eles sabiam formar e propor um percurso”, lembra. (QUEM ACONTECE, 03/2005)

As referências aos galeristas, aos artistas e outras pessoas nas falas dos colecionadores mostra que eles não brotam apenas da riqueza, mas do próprio mercado e/ou sistema da arte. É o convívio com pessoas artísticas que leva ao colecionismo. Colecionadores não surgem “apenas” do contexto economicamente favorável.

3.3.4 advisers e curadores

O trabalho dos *advisers* e curadores não me parece tão distante assim do trabalho dos galeristas quando mediam o primeiro encontro de um comprador de arte/futuro colecionador com o mercado da arte ou com a arte contemporânea: ambos atuam, nesses casos, minimizando um *gap* de conhecimento entre o comprador/coleccionador e o imbricado universo da arte contemporânea. A diferença mais marcante (e desejada) entre ambos é que o galerista representa determinados artistas e vende obras de arte, enquanto o *adviser*, idealmente e retoricamente, trabalha diretamente para os compradores de arte, atendendo especificamente os interesses desses, dando acesso a eles ao mundo das artes visuais e/ou funcionando como extensões dos mesmos.

Segundo uma reportagem publicada na *Folha de São Paulo* em 12/09/2015, traduzida do *The New York Times*, intitulada *Salários milionários levam peritos a trocar leilões por consultoria de arte*,

por décadas, os consultores de arte foram um pequeno clube de profissionais que ajudavam pessoalmente seus clientes a formar coleções, usando sua erudição e seu conhecimento. Seu papel era consultar e oferecer perícia, raramente fazer negócios.

[...]

Mas o mercado de arte em rápida mutação – caracterizado por preços disparados, altas comissões e uma série de novos compradores em todo o mundo – levou dezenas de novos atores a saltar na piscina, desde jovens arrivistas do mundo da arte a ex-executivos das casas de leilões com conhecimento e conexões.

[...]

Muitos desses assessores estão mudando a profissão – perseguindo agressivamente a arte-troféu, exercendo grande poder nas negociações e em alguns casos agindo mais como negociantes de movimentos rápidos do que consultores de mentalidade elevada. (POGREBIN; BOWLEY, 12/09/2015)

Esses profissionais podem atuar tanto para compradores individuais como para empresas. Alguns defendem que um caminho para se diferenciar dos comerciantes, cujo interesse é vender obras de arte, é que sua remuneração seja feita única e exclusivamente pelo seu contratante, no caso o comprador/coleccionador. Durante a pesquisa de campo, em 2014, conheci a *adviser* Paola Korova, filha de uma médica e um grande empresário do setor imobiliário, frequentadora de festas e jantares nos lares da elite paulistana (onde conheceu alguns de seus primeiros clientes), graduada em história de arte na França, atuava como *art adviser* fazia cinco anos, desde que completou seus estudos e voltou para o Brasil.¹⁹⁷ Nosso primeiro contato aconteceu em uma palestra sobre como dar início a uma coleção que ela proferiu em uma feira de arte. Desde então, pude conversar rapidamente e ouvir falas de Paola sobre o mercado de arte em diferentes situações. Nessas ocasiões, ouvi Paola falando sobre seu comprometimento ético com o comprador de arte/coleccionador mediante o fato de não aceitar remunerações das galerias. (diário de campo, 2015) Tal comprometimento é, inclusive, destacado no código de ética da [Association of Professional Art Advisors](#) (APAA, única associação dos profissionais em questão que tive conhecimento durante a pesquisa), cujos associados se comprometem a não agir como vendedores privados de arte (não manter um acervo de obras para venda e não aceitar obras de arte em consignação) e não aceitar nenhuma remuneração por seus serviços vindos de vendedores de arte (galerias, *marchands*, escritórios de arte, artistas).¹⁹⁸ “Um colecionador nunca pode ter certeza se a obra está sendo recomendada por seus méritos ou por causa do bônus da galeria.” (POGREBIN; BOWLEY, 12/09/2015) Ser remunerado tanto pela galeria como pelo comprador de arte, ter tanto interesse em vender determinadas obras de arte como orientar alguém na aquisição destas é, da perspectiva dos *advisors* que seguem essa linha de raciocínio, um conflito de interesses. E, caso esse conflito de interesses não seja informado ao contratante comprador/coleccionador de obras, pode ser considerado desleal, ou mesmo desonesto – o que difere do galerista, por exemplo, que quando procurado por um comprador de arte ele é, sabidamente, um comerciante de arte interessado em vender artistas específicos: aqueles que representa.

197 Nome ficcional. Além do nome, algumas informações sobre a *adviser* em questão foram deslocadas a fim de proteger a identidade dela.

198 “*APAA members may not maintain inventory for sale, accept artwork on consignment or act as private dealers in any transaction. [...] APAA members do not solicit or accept compensation from service providers or vendors.*” (APAA, último acesso em 29/12/2017)

A remuneração do *art advisor* pelo comprador de obras pode se dar de diferentes formas: porcentagem do valor investido nas aquisições (de 5% a 10%,; um valor pago por hora de consultoria (os valores que tive acesso, aqui no Brasil, variavam entre R\$250,00 e R\$300,00 por hora em 2015), e valor fechado por semana ou mês de trabalho. Pelas falas que ouvi em campo, o modo de remuneração mais comum é a porcentagem do valor investido nas obras. Prática essa da qual Paola também buscava se diferenciar, fazendo consultorias privadas preferencialmente mediante a remuneração por hora de trabalho, alegando que isso a levaria a não ter motivos para induzir a aquisição de uma obra mais cara em detrimento de uma obra mais barata, já que tal escolha não incidiria sobre sua remuneração. A meu ver, uma vez que a maioria de seus clientes eram pessoas que estavam tendo seus primeiros contatos com a arte e que não estavam dispostas a investir grandes montantes em suas primeiras aquisições, esse também era um modo de Paola garantir uma melhor remuneração.

Paulo Sampaio publicou em seu blog, durante a SP-Arte de 2017, uma rápida entrevista com Denise Gadelha, “contratada pelo Shopping Iguatemi para guiar clientes *VIP* das lojas em visitas pela [feira].”

Quando se pergunta [...] qual é sua profissão, ela responde “artista-plástica, professora, curadora e pesquisadora.” Nessa ordem. Não gosta de incluir “*advisor*” (especialista que auxilia o comprador de obras de arte, ou por falta de informação dele, ou por falta de tempo, ou ainda para filtrar o que interessa, depois de um *briefing*). Denise acredita que a relação do intermediário com as galerias e os colecionadores (compradores) é nebulosa. “Nos Estados Unidos e na Europa, o *advisor* recebe uma comissão do comprador da obra, nunca do galerista, como aqui. No Brasil, as galerias acenam com um repasse, para atrair o intermediário, e, muitas vezes, depois dizem que já deram desconto.” ([SAMPAIO, 09/04/2017](#))

E em um nota na mesma entrevista, Sampaio traz a seguinte observação:

a carioca Daniele Seve Duvivier, 39, conhecida como a herdeira da “primeira galeria de arte do Brasil”, a Ipanema, no Rio, conduz um grupo de alunas em que se inclui a empresária Rosângela Lyra, ex-diretora da Dior no Brasil e ex-militante pelo *impeachment* de Dilma Rouseff. Ao contrário de Denise, Daniela Duvivier afirma que em 95% dos casos quem paga a comissão é a galeria. Ela dá aulas de arte para grupos de 45 alunas. ([SAMPAIO, 09/04/2017](#))

Conversando com galeristas, alguns me disseram ter a prática de pagar cerca de 5% de comissão a *advisers* e arquitetos/decoradores. (diário de campo, 2015) Não posso aferir

se essa é ou não uma prática majoritária dos galeristas e *advisors* brasileiros, mas é uma prática que existe.

Além de consultorias para compradores de arte, é comum os *advisors* proferirem falas sobre o colecionismo e o mercado de arte (imagino que até mesmo como estratégia para angariar clientes e construir/manter seu *networking*), promoverem cursos e visitas “guiadas” a eventos como feiras de arte (tal qual as duas mencionadas acima), exposições, ateliês, galerias (muitas vezes em uma espécie de circuitos propostos a grupos de pessoas ou montados de acordo com os interesses de grupos específicos); organizarem viagens nacionais e/ou internacionais para visitar lugares importantes da arte. É o caso, por exemplo, da consultora Julie Belfer, cujo *site* oferece aos potenciais clientes todas essas opções (com exceção de viagens internacionais). Julie

nasceu na Holanda, formou-se em Artes Plásticas em Boston, atuou no Museu de Arte Moderna de São Paulo. É consultora de arte e atua como uma ponte entre arte e o público com foco em conteúdo, aproximação e responsabilidade. Atendeu, entre outros, o banqueiro David Rockefeller, o bailarino Mikhail Baryshnikov, o estilista Kenzo e o, na época, ministro da cultura Gilberto Gil. ([JULIE BELFER, último acesso em 29/12/2017](#))

O perfil de Julie parece próximo a de outras consultoras de arte que conheci em campo: jovem na casa dos trinta anos, pertencente a uma certa elite e formada em artes visuais (ou história da arte ou curso afim), preferencialmente no exterior. É comum que esses consultores sejam filhos de uma elite (e circulem entre os membros desta elite).¹⁹⁹

O *site* de Julie explica como funciona seu trabalho:

Na consultoria, em primeiro lugar, identificamos o **perfil** do cliente. A partir daí, pesquisamos na rede de agentes de arte e exposições e customizamos os próximos encontros. Nessas **visitas, em galerias, instituições ou ateliês de artistas**, surgem mais interesses e possivelmente novos caminhos. Damos continuidade e construímos juntos um diálogo e repertório em ciclos de visitas e pesquisa.

A consultoria faz a **ponte** entre o cliente e seus interesses, seja para ampliar seu repertório ou para efetuar compras de obras. (JULIE BELFER, último acesso em 29/12/2017 – destaques da fonte)

199 Por vezes, parentes de colecionadores, como é o caso de Patrícia Fainziliber, consultora de arte filha de Mara e Márcio Fainziliber, e que já foi sócia da galeria Mendes Wood DM e, no final de 2016, assumiu a direção da Galeria Nara Roesler no Rio de Janeiro. ([GLAMURAMA, 31/10/2016](#))

Mas, independentemente das estratégias/ações através das quais oferece suas consultoria, *“the most important thing an art adviser can provide is access said Mark Fletcher, 44, an adviser who specializes in postwar art with an emphasis on emerging artists.”* ([FINEMAN, 15/10/2006](#)) Dentre as consequências de se ter um *adviser* para a coleção, esses profissionais destacam a economia, ao auxiliar o comprador a ter a melhor obra possível pelo menor preço (*“os honorários da Collezionista [empresa do consultor João Correa] são sempre uma fração da economia que a orientação proporciona.”*) ([COLLEZIONISTA, último acesso em 29/12/2017](#)) Para tanto, *advisers* podem pesquisar e pré-selecionar obras que sejam do interesse do comprador, negociá-las junto aos comerciantes, usar sua *expertise* para reconhecer boas obras, obras medianas ou “menores” de um mesmo artista. E, inclusive, há aqueles que instalam essas obras nas paredes de seus clientes. ([THOMPSON, 17/04/2017](#))

Muitos *art advisers* começam a trabalhar enquanto tal a partir de consultorias que fazem para amigos que acabam por indicar a terceiros. Marcelo Secaf, que já atuou como consultor, começou a fazê-lo porque pessoas próximas passaram a procurá-lo quando queriam comprar arte, uma vez que Marcelo gostava de arte e comprava arte. E ele foi ajudando um, ajudando outro, *“nunca foi pelo financeiro,[...] sempre teve um passo antes pela amizade”* (conversa registrada em junho de 2014). E aconteceu de ser contratado por indicação de amigos a terceiros. Contou que, inclusive, há um tempo atrás, fez *“uma coleção inteira de uma pessoa que tinha comprado uma casa de campo. Fez [a casa] com um arquiteto importante e se sentiu insegura de colocar obra de arte em uma arquitetura tão bonita sem uma orientação.”* (id. *ibid.*) “Fazer a coleção”, nesse caso, creio eu, foi escolher junto com o cliente as obras que arte que habitaram a casa em questão (o que, aliás, se considerarmos a oposição decoração *versus* coleção, pode não ser considerada uma coleção por boa parte dos colecionadores que ouvi ao longo da pesquisa). Marcelo conta com orgulho que vê

coleção que eu fiz há 20, 30 anos, que a decoração era super do momento, high tech e hoje a decoração tá lá meio capenga ou passou de época [...], mas que a arte cresceu [...], que aquele trabalho era lindo e continua lindo, aquele appeal que antes só tinha o visual e agora tem o visual mais o apelo financeiro. (Marcelo Secaf, conversa registrada em junho de 2014)

E explica como trabalha enquanto consultor:

Eu sempre parto do princípio do que a pessoa gosta [...] Aí a gente vai para o lado meio que adequando ao budget. Porque essa é uma pergunta importante nessa hora: “quanto você quer gastar?” [...] Claro que é difícil você pegar uma pessoa virgem no mundo das artes que queira gastar 10 milhões. (Marcelo Secaf, conversa registrada em junho de 2014)

Dos colecionadores que pude ouvir no decorrer da pesquisa, nenhum versou sobre a presença de um *adviser* na sua coleção. Alguns, inclusive, criticaram enfaticamente a presença desse tipo de figura ou de um curador na construção de coleções. É o caso de Roberto Pavão, que saiu de uma fala de Luiz Augusto Teixeira de Freitas indignado após ouvir sobre a construção de sua coleção trabalhando com a curadoria de Adriano Pedrosa. Roberto me dizia que não sabia como podia isso, que isso para ele não era coleção e que não fazia o menor sentido. *“Uma coleção de verdade é um retrato do colecionador [...] Muito diferente daquele cara da palestra [...] Uma coleção que se preze tem uma assinatura.”* (diário de campo, julho de 2015) E essa assinatura é idealmente a do colecionador, não de uma terceira pessoa.

Em algum momento acima, citei Luiz Augusto Teixeira de Freitas e sua pequena saga atrás de uma entrada e orientação para sua coleção em galerias em Londres e Lisboa, depois o encontro com seu amigo Paulo Vieira que lhe indicou três pessoas em São Paulo: a galerista Luisa Strina, a qual procurou sem sucesso; Marcia Fortes, com quem finalmente teve seu *“primeiro grande encontro com a arte contemporânea”* e Adriano Pedrosa. Naquela estada de Luiz Augusto em São Paulo, Adriano esteve a maior parte do tempo em viagem. Mas, o colecionador conta que teve

a grande sorte de encontrar Adriano Pedrosa [...] Tive a chance de encontrar com ele 15 minutos no hotel, tive uma conversa. Eu falei “ó, eu quero colecionar contemporânea, você pode me ajudar?” E ele disse: “olha, acho que eu não posso te ajudar, não sou consultor de arte.” Eu disse: “olha, mas eu queria começar a entender.” Ele falou que “aceitaria pensar, considerar, discutir alguma coisa com você, com mais calma, mas não vai ser agora nesse hotel, e [aceitaria] se você tivesse pensando em alguma coisa institucional.” E aí eu falei “desculpa a ignorância, mas o que significa isso dentro de colecionar?” Ele começou a me explicar. Falei “tá bom, vamos ver o que eu posso fazer. Vou voltar para Portugal, vou pensar um pouco, mas não me importo e até me interessa de querer aprender efetivamente. Então, se isso pode ajudar a ter uma parceria, pode ter uma linha institucional. Isso pode ser interessante para mim também.” Então começou esse momento, absolutamente ao acaso. Voltei para Portugal e a gente começou a conversar por telefone, por e-mail, talvez. Que eu me lembre, começamos a trabalhar juntos. É uma parceria que existe desde finais de 2000. Voltei a São Paulo logo depois, Adriano me levou nas mesmas

galerias, comecei a comprar algumas coisas aqui no Brasil, e foi assim que a coleção começou, assim que começou a sua caminhada. (Luiz Augusto Teixeira de Freitas in SP-ARTE, 26/06/2012)

A relação entre ambos funcionava da seguinte maneira

Então era uma constante busca de informações, eu recebendo informações e aprendendo. Isso era o número um para mim da coleção, era eu de fato aprender. Eu tinha que trabalhar o dia inteiro e infelizmente não tinha a oportunidade de resolver. [...] Mas o Adriano era para mim uma universidade, era um pouco esse aprendizado no nível superior particular. Isso ajudou bastante. [...] A minha intenção era sempre discutir com Adriano, conversar e aprender. Nossa relação sempre foi de muito diálogo [...] Nos encontramos na Europa, em feiras... [...] Eu nunca tive uma obrigação de comprar só estando com Adriano, perguntando para o Adriano. Comprei coisas fora da linha curatorial da coleção, [...] que não tinham nada a ver, mas que eu gostava. E elas integram a coleção. [...] A regra era: o Adriano sempre visitava os ateliês dos artistas, jovens, principalmente; depois nós discutíamos; Adriano mandava uma série de obras para eu ver; e depois eventualmente eu também visitava nas galerias. [...] E a discussão era sempre muito essa: embora eu quisesse muito determinado artista, [era] “mas por que essa obra desse artista é mais importante do que aquela?” E aí vinha toda essa orientação acadêmica que para mim era muito rica, muito enriquecedora. (Luiz Augusto Teixeira de Freitas in SP-ARTE, 26/06/2012)

At the beginning some people were criticizing me, claiming that the curator was in fact the collector. They were probably thinking that I was passively following him. But it was not like that, as Adriano said himself, he was not an advisor, and together we collaborated. We were spending a lot of time discussing about every piece we bought, or that we would like to buy. [...] And work by work, you became experienced. Slowly I was better at understanding what I was doing, and developing my own taste and interests. At some point I became more knowledgeable and independent and my relationship with the curator naturally changed, even if we never discussed ending our work together. I would say that we both realized that things were changing and went our separate ways. [...] Now I am more interested in literature, books, words in general, concrete poetry, and my research goes into this direction. (Luiz Augusto Teixeira de Freitas in [PIROVANO, 16/05/2016](#))

No momento, não tenho uma ideia precisa sobre quais são as diferenças entre ser um *adviser* e um curador de uma coleção particular. O que sei é que as vezes que ouvi curadores dizerem que prestaram esse tipo de serviço, eles sempre enfatizavam o termo curadoria e que trabalhavam nessas coleções porque, idealmente, elas tinham, em alguma medida, um caráter e um comprometimento público. Isso me parece uma pista de que, mais do que a diferença na prática entre um curador e *adviser* de uma coleção privada, talvez haja

uma diferença de intencionalidade que aqueles que se colocam como curadores querem destacar: eles têm, como fim último, prestar um serviço para o coletivo, e não exclusivamente monetariamente interessado ou atendendo interesses econômicos. A meu ver, ao fazer isso, eles aproximam-se das instituições de arte e sinalizam seu interesse em uma carreira “institucional” e não de operarem dentro do mercado de arte – lembrando da relação de contraposição entre sistema institucional e mercado de arte, que em diferentes momentos aparece ao longo desta tese.²⁰⁰ Já os *advisors* não necessariamente “pensam em termos conceituais, propõem exposições, questionamentos sobre arte etc. dentro de suas práticas profissionais. Eles aconselham compras. Eles não escrevem ou refletem sobre arte. A pesquisa dos *advisers* está direcionada ao âmbito do mercado: obras disponíveis, preços, acessos a galerias.” (Bruna Fetter in comunicação pessoal, 2018)²⁰¹

Luiz Augusto afirma e assinala em uma de suas falas que enquanto curador, e não *advisor*, Adriano era um interlocutor e não um definia sozinho as obras que seriam adquiridas, que o processo de compra era conjunto, em diálogo – e, em diferentes momentos da conversa da qual os trechos de fala apresentados acima foram extraídos, tanto o colecionador como Adriano referiram-se à coleção como algo que eles fizeram. Mas, ao longo das falas sobre e dos consultores aqui trabalhadas, o diálogo aparece também como uma base da consultoria, cuja palavra final é do contratante (que pode, inclusive, demandar que o *adviser* defina quais as obras de arte serão compradas).

Mas, nem todos os colecionadores têm essa percepção do curador ou do *advisor* como um interlocutor e não como quem toma decisões finais sobre a coleção. A figura do *adviser* parece relativamente recente no *global art market* e o é, particularmente, no Brasil, onde alguns dos grandes colecionadores se mostram reticentes com essa figura. Silvio Frota nega a possibilidade de ter a presença de um curador em sua coleção, mesmo agora estando ela atrelada ao Museu da Fotografia, que Silvio criou para abrigar e expor sua

200 Segundo a crítica de arte Isabelle Graw, “nem a história da arte e a crítica de arte são imunes aos *rankings* do mercado, para cujas construções de valores elas inclusive contribuem, gerando o significado simbólico que costuma ser a base do valor do mercado.” (2017, p. 398) O que, a meu ver, pode ser estendido às práticas de curadoria da arte contemporânea.

201 A fala de Fetter citada é parte de um comentário que ela fez em meu texto ao lê-lo, me alertando que, embora não discordasse de minha reflexão, achava a situação mais complexa do que está aqui colocado.

coleção, justamente por não conseguir aceitar que outra pessoa escolha as obras de arte que seriam para ele.²⁰² Aliás, afirma nunca ter comprado uma obra de arte por indicação.

Primeiro, a gente tem que gostar da obra, a paixão é da gente. Não pode ser uma coisa que você pode transferir para alguém. [...] Tanto o é que há poucos dias [disseram que Silvio, com o museu, precisava ter um curador fixo], porque o curador tem que começar a indicar os fotografos. Eu disse: “olha, nesse ponto eu tendo a ser um ditador, porque a paixão é nossa, e nós é que vamos conviver com essa obra.” A visão é nossa. Como é que eu vou chegar dentro do museu e olhar para uma obra que a gente não gosta. Como é que vai ficar? Eu vou ficar extremamente chateado, cada vez que eu passar vai ser raiva o que eu vou ter. (Silvio Frota in FESTIVAL CULTURA EM MINICICLOS, 13/09/2017)

Particularmente interessante é a análise que Camilla Barella faz sobre ter um *adviser* em uma coleção,

*Nós nunca tivemos advisers, mas nós temos bons advices de amigos. Eu acho que muito do processo de colecionar [...é] você ouvir informações de pessoas que têm conhecimento e que estão ao seu redor. São amigos, galeristas, curadores, artistas. Os artistas que a gente tem a chance de conviver e tá próximo. A gente gosta muito dessa relação, porque eu acho que no fim ninguém tem o conhecimento da obra do artista tanto quanto ele. Então você está convivendo, é muito rico e eu acho que a gente vai construindo esse relacionamento. Essa ajuda é de certa maneira informal, mas muito construída através da nossa própria pesquisa. A gente tem uma troca muito grande. [...] **Acho que às vezes para quem coleciona sozinho, incluir um adviser é uma maneira de estabelecer um diálogo. Para a gente é muito bom ser em dupla porque há construção de um diálogo entre nós, principalmente.** (Camilla Barella in FOLLOW ARTERIAL, 18/05/2016)*

Desde a pesquisa do mestrado, não consigo ver a arte contemporânea de outro modo que não um campo de relações, de diálogos (uma arena discursiva) e um campo de negociações, sempre contextuais e nunca definitivas. Se me perguntam do que são feitas as artes visuais contemporâneas, em uma resposta rápida, diria que de pessoas, palavras trocadas (via conversas, livros, revistas, projetos, editais), de objetos (presente na grande maioria dos casos, mas não em todos), de lugares, de deslocamentos.

202 Como estamos falando especificamente do processo de compras de obras de arte, posso dar a impressão de que a função de um curador em uma instituição é compras de obras de arte. Se essa pode ser uma de suas atribuições, ela é, no entanto, uma fração pequena de seu trabalho, uma vez que seu papel é cuidar da programação da instituição como um todo, incluindo projetos, a construção de políticas institucionais etc.

Embora a narrativa aqui apresentada se concentre no colecionador, os *advisers* e curadores também se constroem enquanto tais a partir das coleções às quais se dedicam, não apenas no sentido de construir suas reputações, como também no sentido de construir seus conhecimentos através delas. Na conversa com Luiz Augusto Teixeira de Freitas, Adriano Pedrosa afirmou: “esse trabalho com a coleção e com as aquisições é também para mim uma ferramenta de pesquisa essencial para o meu trabalho.” (in SP-ARTE, 26/06/2012) E o era porque, imagino, arcava com despesas de viagens e visitas a ateliês, fomentava a circulação de Adriano por diferentes circuitos da arte, o dotava de poder na medida em que indicava obras de artistas e galeristas que precisavam vender para viver com seu trabalho para um colecionador. E também viabilizava o acesso do curador a uma grande gama de obras de arte: as obras da coleção de “*Luiz Augusto sempre acabam, de alguma forma, participando das exposições que eu estou trabalhando.*” (id. *ibid.*)

3.3.5 os colecionadores e os artistas

Nem todos os colecionadores se sentem confortáveis em ter contatos aprofundados com artistas. Neuber Siqueira diz que gosta “de ser bem tratado pelos artistas”, o que nem sempre acontece,

porque tem artistas que acham que a gente é sempre comprador, que a gente é [...] até explorador. Isso eu não curto muito, não. Eu gosto, eu prefiro, às vezes, quando eu comprando, querendo comprar, [quando estou] negociando uma obra de arte, conhecer menos o artista. Às vezes, a gente fica até conhecendo depois que adquire. Mas eu gosto de ser bem tratado pelos artistas. E não digo assim que tenho que ficar amigos de todos, não. [...] Mas é um problema que eu já tive... esse [de] relacionamento com artista. E quando eu tive esse problema, eu comecei a conversar com outros colecionadores, e esses colecionadores já tiveram esse problema também. Eu não sei se isso é comum. (Neuber Siqueira in GOMIDE, 2014, p. 327)

Essa percepção do colecionador como sendo genericamente explorador por parte de alguns artistas e outros tantos atores das artes visuais, em especial aqueles mais distantes do mercado, não me parece incomum. Lucas Ribeiro, curador e galerista que reside em São Paulo, na apresentação de um bate-papo sobre colecionismo de arte com Silvio Frota e Justo Werlang na ocasião do Festival Cultura em Miniciclos, Edição Colecionismo e Arte, que aconteceu em Porto Alegre e do qual Lucas foi curador, disse que tinha erroneamente essa percepção dos colecionadores na época em que aproximou das artes visuais.

Olhei já com preconceito [os colecionadores], bem no começo [...] Eu não tinha a menor ideia [...] de quem eram os colecionadores e de como funcionava todo o sistema de artes. O colecionador era essa figura mística quase, que iria comprar aquelas obras, e eu nunca mais iria ver, e ele ia vender por uma fortuna depois. E era uma ideia totalmente infantil que foi se desmanchando à medida que eu fui precisando de obras [emprestadas, para exposições] e as únicas pessoas que cuidavam delas eram os colecionadores. (Lucas Ribeiro in FESTIVAL CULTURA EM MINICICLOS, 13/09/2017)

Lucas fala, ainda, que o intuito de promover aquele evento era

quebrar um pouco essa barreira imaginária que existe entre o mundo de quem tá fazendo arte ou curadoria, ou do universo independente, que é de aonde eu venho, com quem faz esses objetos, esses artefatos sigam existindo de certa forma e no final está muito mais próximo dos artistas do que a gente imagina [: o colecionador]. (Lucas Ribeiro in FESTIVAL CULTURA EM MINICICLOS, 13/09/2017)

Alguns dos colecionadores que preferem manter uma certa distância de boa parte dos artistas, queixam-se de dificuldades de relacionar-se com os artistas, decorrentes, em suas interpretações, do “grande ego” destes, porque seriam pessoas complicadas etc. Segundo Roberto Pavão, chegou um momento em que sua relação com alguns artistas era tão intensa que se sentia obrigado a ir a todos os eventos aos quais estivessem relacionados e prestigiá-los de alguma forma, “*quase um convocado especial das exposições.*” Mas fala também de artistas com os quais têm relação de amizade e de admiração até hoje, mas que não frequenta mais com afinco o circuito desses artistas porque “começou a ver um mundo que não era o seu mundo.” (diário de campo, julho de 2015)

Segundo Oswaldo Corrêa, existem “coleccionadores que não querem saber de conhecer o artista. Só querem ter relação com a obra, só compram em galerias e alguns compram só em uma galeria”. (in GOMIDE, 2014, p. 426) Afirma que esse não é o caso dele, como também não é o da maioria dos colecionadores que escutei – até mesmo porque muitos deles proferem falas públicas, e tornar suas figuras públicas é, de certa forma, uma abertura para se relacionar com aqueles que compõem o mundo da arte.²⁰³ Mas é fato que há muitos

203 Muitos colecionadores, no entanto, não querem ser identificados como tais. É notável como começamos a encontrar mais falas públicas de colecionadores na *internet*, e mesmo entrevistas etc., justamente no momento de expansão do mercado brasileiro de arte, mais especificamente a partir de 2009. Isso acontece, em partes e a meu ver, porque a expansão desse mercado está intimamente conectada com a proliferação das narrativas que o compõem, que mais do que decorrentes de tal expansão, são produtoras da mesma. (CORDOVA, 2018)

coleccionadores que não conhecem os artistas que adquirem – muitos artistas com os quais conversei não conhecem seus compradores e, por vezes, sequer imaginam quem eles sejam.

Para mim, conhecer o artista sempre foi fundamental, porque eu queria entender o trabalho. O trabalho para mim não é só o que está na tua frente. Ele também é investido da intenção do artista e eu queria entender essa intenção. O que ele pretendia com aquilo. Então você conhecer o artista, conversar com ele, tentar entrar na cabeça dele, fazia parte da graça do colecionismo. (Oswaldo Correa da Costa, in GOMIDE, 2014, p. 426)

Silvio Frota vai por uma perspectiva semelhante à de Oswaldo: “quem sabe o que faz é o artista. Uma obra pode não me dizer coisa alguma, mas me provoca. Quando converso com o artista, tenho uma visão muitas vezes diferente da que tinha antes.” (in MEDEIROS, 10/04/2014) Silvio faz questão de conhecer e conversar com os artistas-fotógrafos que agrega à coleção, e muitos deles tornam-se figuras próximas.

Segundo João Carlos Figueiredo Ferraz, ele foi introduzido ao mundo da arte pelos amigos na década de 1980. Segundo ele, naquele momento “o nicho de atuação profissional era mais reduzido” e as relações, mais aprofundadas. Sua coleção contou com a orientação de críticos como Rodrigo Naves, com a disposição dos artistas para se relacionar social e intelectualmente, com os amigos para construir o gosto. (QUIROGA, último acesso em 22/02/2015)

Na arte contemporânea você acaba sendo amigo de todo mundo, você acaba convivendo com todo mundo. Eu recebo muito em casa todos eles e a gente conversa muito e aí você fica sabendo mais das ansiedades, das dúvidas, sabendo mais das vontades, entendendo mais da obra da pessoa. Então eu acho que essa convivência..., a arte contemporânea te favorece mais nesse sentido, porque ela te dá essa possibilidade de conviver com os artistas, coisa que seria impossível em arte moderna, em coisa do gênero. (João Carlos Figueiredo Ferraz in GOMIDE, 2014, p. 389)

Em uma entrevista para o *site* Larry's List, Marcelo Secaf diz algo bastante interessante sobre seu modo de selecionar obras de arte:

Since becoming involved with the art world, I have started to spend more time at various art fairs, art galleries and art panels. With time, I have learned how to appreciate and to select artworks, but I still believe that the relationship with the artist is the most important and central part to choosing an artwork. (Marcelo Secaf in LARRY'S LIST, 03/09/2013)

Quando conversávamos sobre seu mote para abrir sua galeria em São Paulo, Marcelo Secaf disse que um dos motivos é que era uma maneira de participar de outra forma ou

continuar participando daquilo que eu sempre gostei: o convívio com os artistas, ver trabalhos novos, ver em primeira mão. Essa é a coisa que mais me emociona. O que mais me atrai hoje em dia é ir ao ateliê e ver o artista acabando o trabalho, ou até discutir a respeito disso e tudo. Porque você vê que aquilo lá é a alma do artista. (Marcelo Secaf in conversa registrada em junho de 2014)

Eduardo Brandão diz que, no que tange a sua coleção, “é impossível que a coleção não tenha um componente afetivo muito forte. Você convive com os artistas, faz amizade com eles, fica horas no ateliê, viaja junto. É um recorte artístico da época completamente emocional, mas tem um lado documental, já que fotografei muitos dos trabalhos.” (in GIOIA, 26/07/2016) Eduardo define sua coleção como um “diário de amizades, algo caótico, no bom sentido”. (id. *ibid.*) Por isso, “vida, arte e amizade são fatores inexoráveis ao seu ato de colecionar”. ([QUINTAS, 20/09/2009](#))

Sérgio Carvalho é outro colecionador que privilegia a relação com os artistas.

Duas noções sempre nortearam o advogado Sérgio Carvalho quando começou a colecionar arte contemporânea em 2003: comprar o que gosta e conhecer os artistas. Essa postura foi fundamental para definir a coleção de 1.500 obras que mantém guardada em nove locais diferentes em Brasília. “Para mim, é sem sentido ter algo que admiro muito, ter a oportunidade de conhecer a pessoa que fez e não querer conhecê-la. Eu reverencio o artista, tenho orgulho de ser amigo dele. É meu alimento, não consigo ficar sem arte”, explica Carvalho. ([MACIEL, 18/06/2015](#))

Sérgio me contou que quando uma obra de arte “enchia seus olhos” ele fazia questão de conhecer o artista. “*Eu não consigo diferenciar o nome [do artista] da obra [dele]. Daí quando conhecia [o artista] e a gente se dava bem, pegava um monte de obras dele.*” (caderno de campo, junho de 2014) Segundo uma matéria que saiu a respeito da exposição *Contraponto*, montada com as obras do colecionador no Museu Nacional da República, (Brasília) em novembro de 2017, “*a aquisição da obra de arte não é o final de um processo, porém o início de um intenso diálogo, em ordem progressiva, de Sérgio com os artistas, suas obras entre si e, por fim, dos artistas entre si.*” (MACIEL, 18/06/2015) A aquisição parte de relações e produz relações. Sérgio diz ser amigo de quase todos os artistas que coleciona:

“quando eles vêm a Brasília ficam aqui em casa.” Uma máxima de Sérgio é: “não coleciono arte, coleciono amigos.” (caderno de campo, junho de 2014)

Tanto Sérgio Carvalho como Justo Werlang são colecionadores que narram processos de aquisição direto com os artistas, não mediados por galeristas ou galerias. Justo é um colecionador que concentra sua coleção em oito artistas (muito embora tenha outros artistas em seu acervo²⁰⁴): Iberê Camargo, Xico [\[Francisco Stockinger\]](#), [Siron Franco](#), [Nelson Felix](#), [Daniel Senise](#), [Mauro Fuke](#), [Felix Bressan](#) e [Karin Lambrecht](#). (FESTIVAL CULTURA EM MINICICLOS, 13/09/2017)

Ao buscar criar um recorte particular da produção contemporânea, Werlang optou por concentrar-se no trabalho de um número restrito de artistas. Com isso, vislumbrou a possibilidade de conhecer com precisão as diversas facetas dos criadores e também de manter uma relação de proximidade com cada um deles.

[...]

Essa proximidade tem também um viés pessoal. Recentemente, após quebrar o pulso, Karin recorreu a Werlang ao precisar informar o contato de algum conhecido ao hospital em que foi atendida. Além disso, o próprio colecionador revela trocar diariamente mensagens com alguns dos artistas que integram seu acervo. (CORRÊA, 18/03/2017)

Justo parece se envolver intensamente nos projetos de ao menos alguns de seus colecionáveis. Aliás, o envolvimento com o artista [Francisco Stockinger](#) compõe parte da narrativa do colecionador sobre o início de sua coleção.

*à medida que a gente foi se aproximando do Nakle, [Gustavo Nakle](#), a gente percebia a dificuldade do escultor de viabilizar seu projeto. O Nakle então, um cara cheio de ideias, queria fazer um projeto de seis meses, uma exposição. Ele me convenceu [...] e eu comecei a bancar o projeto dele. De seis meses [o projeto] levou 18 meses e virou outra coisa. E a partir daí eu conheci o Xico [\[Francisco Stockinger\]](#), que trabalhava com ferro e madeira. Tem uma questão de empatia também, de você conhecer o outro, ver o que ele precisa, o que você pode oferecer, **a possibilidade de construção de alguma coisa conjunta**. Quando eu conheci o Xico, vi os trabalhos dele de madeira, me lembrei que em Santa Catarina nós temos um banhado e tem muita madeira que passaram anos, mais de cem anos, enterradas [...] E eu trouxe uns troncos desses para ele. Ele ficou encantado porque fazia anos*

204 Muito embora Werlang tenha obras de outros artistas, ele diz que elas fazem parte de seu acervo e não de sua coleção, o que, ele me alertou, “é diferente” (diário de campo, junho de 2017). Pelo que pude compreender, embora muitas vezes esses dois termos sejam utilizados como sinônimos, acervo é muito mais aberto do que coleção. Ao contrário de uma coleção, um acervo pode ter diretrizes mais flexíveis. Um acervo de um museu, por exemplo, pode ser composto de múltiplas coleções.

que não encontrava mais isso no Rio Grande do Sul, enfim... Isso [a relação entre Justo e Xico] foi se construindo e, lá pelas tantas, [...] acompanhando os trabalhos do Xico, eu vi que ele só fazia bronzes de 40/50cm. E perguntei pra ele “Vem cá, porque você não faz obras em tamanho natural?” Xico era surdo e nessa conversa de surdos foi quase um ano e meio, dois. Ai, em um aniversário dele, eu perguntei “[gesticula a pergunta, faz sinais com as mãos e movimenta os lábios sem som].” Ele lia os lábios. E ele disse: “decidi fazer”. E ele disse assim: “Mas quem vai comprar?” Ai eu entendi por que ele não fazia: quem vai comprar? Então, especialmente o escultor, tem uma dificuldade de capital de giro. É um investimento muito elevado para a produção de uma escultura e prazo muito longo de maturação, de fazer a escultura [...] E depois vender. Eu não queria comprar, mas eu disse: “eu compro”. Depois de uns três meses, o Xico tinha uma namorada, a Eloísa, e ela me liga e diz assim: “Justo, o Xico quer falar no telefone com você.” Ele só falava, não escutava. “Justo vem cá no ateliê, eu fiz três modelos, vem cá escolher um para fundir.” Mas como é que um escultor dessa estatura liga para um idiota como eu para escolher uma escultura para verter o bronze? [...] Ai eu fui, peguei a máquina fotográfica, a trena, enfim... Fiz uma pesquisa de quem eram os fundidores do Brasil e liguei para pedir orçamento. E aí eu fiz a proposta de que ele fizesse um conjunto de esculturas. Eu propus que ele fizesse 10 e ele fez 12. E foi a partir daí que convidei o Jorge [Gerdau] Johannpeter para participar desse projeto [...] E a gente ficou parceiro, o Jorge, o Xico e eu [...] Sempre esses projetos se faziam um pouco mais, se faziam doações a museus [...] (Justo Werlang in FESTIVAL CULTURA EM MINICICLOS, 13/09/2017)

Imagino que este não seja o caso Justo e Xico, mas, como disse o colecionador Oswaldo Correa da Costa para Gomide,

um colecionador pode ajudar muito a vida de um artista, isso sem dúvida, e principalmente a vida de um artista carente, que pouca gente gosta. Um só colecionador pode fazer a diferença entre esse cara ser sustentável ou não ser sustentável em termos de carreira. Agora, quantas pessoas colecionaram Lygia Clark nos anos 60? Pouquíssimas, porque [...] todo mundo quer ter um respaldo de galerias importantes. Então, se a Fortes Vilaça está promovendo esse artista, você se sente um colecionador seguro em comprar, porque tem o respaldo da galeria. Pra você colecionar um artista que ninguém quer colecionar, e fazer uma diferença na vida dele, é muito difícil. Pouca gente tem coragem de fazer isso, pouca gente tem confiança no seu olho a ponto de fazer uma coisa dessas. (Oswaldo Correa Costa in GOMIDE, 2014: 443)

Ao contar a história acima citada para versar sobre o início de sua coleção, Werlang parece apontar o fato de que, ao mesmo tempo em que auxiliava Xico a realizar projetos artísticos inimagináveis sem “capital de giro”, o artista, através de seus projetos, colaborou com sua construção como colecionador. Aliás, segundo Justo, alguns artistas interferem diretamente na coleção. “Com alguns deles, eu chego a fazer uma revisão periódica

da coleção, para verificar se alguma obra não deixou de fazer sentido no conjunto.”
(CORRÊA, 18/03/2017)

CAPÍTULO 4

SOBRE MUSEUS, PAIXÃO, CONHECIMENTO E INVESTIMENTO

4.1 Colecionadores e conselhos de museus

Ao pesquisar sobre José Olympio Pereira na *internet* em meados de 2015, encontrei uma espécie de perfil do banqueiro e colecionador que é particularmente interessante para abrir esse tópico sobre museus:

José Olympio é um homem de assinaturas. Múltiplas. A começar do nascimento, quando foi batizado em homenagem ao avô, o conhecido e influente livreiro carioca fundador da editora [homônima] José Olympio, agora integrada ao grupo editorial Record. No mercado financeiro, ainda que nos bastidores, Olympio atuou em negócios relevantes e consolidou-se como um dos mais destacados banqueiros de investimento do país, contribuindo para a construção de **reputações**, algumas vezes, controversas. Os gordos bônus a que fez jus como um dos mais bem pagos entre seus pares financiaram sua outra face. É um dos maiores colecionadores de arte contemporânea brasileira e ostenta um portfólio de “*blue chips*” que lhe abriu as portas para ocupar assentos em conselhos dos mais influentes polos da arte aqui e fora, numa lista de tirar o fôlego: [Pinacoteca](#), The Museum of Modern Art de Nova York, o [MoMA](#), [Tate Modern de Londres](#) e [Centre Georges Pompidou](#) de Paris. Mestre do “*networking*”, não raro é anfitrião de figuras influentes do circuito mundial das artes plásticas em visita ao Brasil. (ADACHI, BORGES, 20/07/2012)

Muitos dos resultados das buscas por “José Olympio” na *internet* versam sobre as relações do colecionador com as instituições de arte mencionadas. Mas, somam-se a elas, ainda, participações do colecionador na [Fundação Cartier para Arte Contemporânea](#) (com sede em Paris), na Fundação Bienal de São Paulo, no [Museu de Arte Moderna de São Paulo](#) (MAM-SP) e no Masp na qualidade de membro do conselho e, ainda, na [Pivô](#), um “espaço de arte autônomo” de São Paulo, “sem fins lucrativos” (PIVÔ, sem data), que Olympio apoia. José Olympio integra, ainda, o Conselho do Patrimônio Museológico do Ibram. A instituição é responsável, juntamente a um comitê técnico específico, pela avaliação de peças de arte passíveis de serem declaradas “de interesse público”. Uma vez feita essa declaração, o Estado teria a prerrogativa de acompanhar a conservação e “direito de preferência na aquisição da

obra, no caso de seu proprietário vendê-la” ([PEREIRA, J.O., 10/05/2014](#)) – isso segundo Decreto n.º 8.124 de outubro de 2013.

Outro dia, em uma publicação internacional, disseram que não sabiam direito se eu colecionava mais arte ou posição em conselho de museu. [risos]. Essas participações nos museus lá fora são mais pontuais. Eu ajudo financeiramente e etc, mas enfim, é uma coisa que não dá muito trabalho. A presidência do conselho da Pinacoteca tem dado um pouco mais de trabalho, mas também não é executivo. (José Olympio Pereira em [ARAÚJO, FRIEDMAN, 04/02/2015](#))

Embora José Olympio seja, como ele mesmo diz, um colecionador de títulos, e nem todos os colecionadores participem de conselhos de museus ou sejam patronos dos mesmos, muitos outros o são. É o caso do banqueiro Alfredo Setubal.

*Eu acho importante a gente participar e colaborar com as entidades. Então eu participo do MAM[-SP], [...] sou vice-presidente do Conselho da Bienal de São Paulo, tô no IAC, que é o Instituto de Arte Contemporânea, participo do Itaú Cultural. Então eu acho importante você **conviver**, você ver, poder ter alguma influência, [dar] alguma ajuda nesses projetos, dedicar algum tempo para poder dar alguma contribuição institucional para o mercado. E você convive também com outras pessoas, outras realidades.* (Alfredo Setubal in SP-ARTE, 2013)

Fernanda Feitosa conta que ela e seu companheiro Heitor Martins já chegaram

a participar de comitês da América Latina na Tate, achei que foi superválido, a gente participou durante quatro anos. Mas, hoje em dia, a gente prefere participar só dos comitês de aquisição dos museus locais, a Pinacoteca, o MAM[-SP], para ajudar os museus brasileiros. É importante ter arte brasileira nos museus internacionais. Mas o pequeno dinheiro que a gente pode dar lá, lá não representa nada e aqui representa muito. (Fernanda Feitosa in Semana de Artes Visuais da Faculdade de Belas Artes/SP, diário de campo, outubro de 2014)

Dentre as colecionadoras sobre as quais estudou, o pesquisador Nei Vargas da Rosa conta que, “em 2014, Ana Carmen [Longobardi] foi eleita por unanimidade no Conselho de Administração da [AXA Art Américas Corporation](#), assim como faz parte do Conselho Administrativo e do Grupo de Patronos da Pinacoteca do Estado de São Paulo”. (2017, p. 487) Já Patricia Fossati Druck foi a primeira mulher a ocupar a presidência da Fundação Bienal do Mercosul, em 2013. Na ocasião, a colecionadora “já havia tido envolvimento no campo institucional das artes visuais, participando de comitês de aquisições da Tate Gallery,

Londres, e do Centro George Pompidou, Paris, há sete anos. [...] Atualmente [2017], faz parte do conselho da Bienal do Mercosul e do MASP.” (id. ibid., 487-488) Outro colecionador envolvido com a Bienal do Mercosul, que hoje participa de seu conselho, é Justo Werlang, que também faz parte da diretoria da Bienal de São Paulo. Em 2009, o colecionador foi convidado a integrar a diretoria da Bienal pelo empresário Heitor Martins. Aceitou o convite pensando “no que o evento representava para os artistas da minha coleção e na responsabilidade que eu tinha com eles e com a sociedade”. (CORRÊA, 18/03/2017) Além do mais, desde o final de 2016, é diretor-presidente da Fundação Iberê Camargo (FIC), de Porto Alegre – assumindo a “frente de uma força-tarefa de diretores e conselheiros que se mobiliza para angariar patrocínios, cortar custos e desenhar uma nova FIC” (PIFFERO, 03/01/2017); em um momento, diga-se de passagem, auge de uma crise da instituição, aberta ao público apenas dois dias por semana e com um drástico corte no quadro de funcionários.

O casal Mara e Márcio Fainzilber faz parte do conselho do novaiorquino Museu Guggenheim, e Márcio, nas ocasiões em que o ouvi, esteve à frente do conselho do [Museu de Arte do Rio](#) (MAR), onde ajudou a formar, até 2015, um acervo com mais de 5.000 obras. Em uma fala na série Talks da SP-Arte de 2015, Márcio disse:

Nós estamos criando o museu de excelência aqui no Brasil. O MAR é um museu [em] que [nós], sobre todos os aspectos, de instalações, de controle de umidade, de temperatura, da qualidade das exposições, estamos fazendo algo um pouco diferenciado no Brasil, [algo] que a maioria dos museus não tem capacidade, até mesmo por questões de fundo [...]. Sobreviver com arte é muito difícil no Brasil. E nós do conselho [do MAR] somos em sete conselheiros, mas todos proativos, envolvidos ativamente nas atividades do museu, tentamos transformar aquilo em uma coisa importante para o país. Eu acho que o mais importante é que os conselheiros sejam pessoas que têm experiência em arte de alguma maneira, que seja experiência em educação. E que tenham sucesso profissional. Porque com a sua experiência de sucesso profissional, você pode ajudar muito o museu, porque não necessariamente as pessoas do museu têm a mesma experiência que você teve na sua vida. (Márcio Fainzilber in SP-ARTE, 10/04/2015)

Para além do capital simbólico e status inerentes à posição de conselheiro de um museu, tal participação é uma possibilidade de contato e diálogo com especialistas em arte contemporânea vinculados à instituição, com outros colecionadores que integram tais conselhos. Visitas e jantares na casa de outros colecionadores, bem como as festas realizadas pelas instituições, ou ainda aberturas de exposições, podem servir ao mesmo propósito. Estar dentro de museus, em seus grupos de patronos e em seus conselhos, faz parte da vida de

muitos colecionadores e, por vezes, essas experiências são narradas como transformadoras das coleções, tanto quanto o encontro com galeristas, *advisers* e curadores.

Em [19]94, se eu não me engano, eu comecei a fazer parte da diretoria do MAM[-SP], do Museu de Arte Moderna [de São Paulo], mas na área financeira. Aí você começa a conviver com artista, você começa a conviver com curadores e tudo mais. E comecei a me interessar mais por arte contemporânea a partir dessa época. [...] Ainda mais por essa influência. E teve uma [outra] grande influência que foi o Ricardo Ribenboim, que assumiu nessa época o Itaú Cultural. Eu me dei muito bem com ele, gosto dele até hoje, apesar de ter saído há quase 10 anos do Itaú Cultural. O Ricardo introduziu o Itaú Cultural nessa coisa de arte contemporânea, de fazer exposições, de fazer um acervo para o banco e eu comecei a comprar para mim também. A partir desse momento comecei a entender mais de arte contemporânea e comecei a colecionar. E mudei completamente meu olhar, comecei a entender mais do que eu gostava e do que eu não gostava. A partir dessa época, eu comecei a entender e, a partir do meu ponto de vista, da minha coleção, eu comecei a fazer um corte a partir dos anos 50, eu acho que a partir dos anos 50, da arte brasileira. (Alfredo Setubal in SP-ARTE, 2013)

João Carlos Figueiredo Ferraz também narra uma transformação em sua prática do colecionismo a partir de seu envolvimento com o Salão de Artes de Ribeirão Preto nos primeiros anos como colecionador. “Ajudei a reformular e organizar mais de dez edições do salão. Aprendi muito.” (in MORAES, 2014, p. 178) Através do salão ampliou seu contato com críticos, galeristas e artistas.

Os críticos do júri ficavam hospedados em minha casa, e tínhamos a oportunidade de conversar, trocar ideias. Foi quando comecei a ter entendimento mais amplo de arte contemporânea. Foi assim que [Alberto] Tassinari me sugeriu ver uma exposição da Mira Schendel na galeria de Raquel Arnaud, e acabei adquirindo uma daquelas peças da famosa série *Sarrafos*. [...] Eles davam dicas de artistas que eu deveria ver, lembravam a importância da trajetória de certos nomes [...] Meu contato com os galeristas e os críticos é uma relação de proximidade, que muito me ajudou a entender arte contemporânea [...] O diálogo com os críticos de arte foi algo fundamental para mim. Eles me deram o caminho, me orientaram o olhar. (João Carlos Figueiredo Ferraz in MORAES, 2014, p. 178-180)

João Carlos diz, ainda, fazer questão de colaborar com museus como patrono ou com doações de obras. E hoje (2017 e 2018) ele preside a Fundação Bienal de São Paulo. Mas nem todos aproximam-se de entidades através de doações, como patronos ou participando de seus conselhos. O colecionador e galerista **Thiago Gomide**, que deu início a sua coleção a partir da experiência de venda de um mobiliário modernista (que sua mãe,

arquiteta, havia adquirido para a montagem de um espaço em uma mostra de arquitetura e design de interiores, a Casa Cor), que atraiu pessoas envolvidas com a produção, venda e colecionismo de arte contemporânea, conta que visitou o Instituto Inhotim, ficou impressionado e pediu para trabalhar lá. A experiência de conviver com as pessoas que trabalhavam no instituto, Bernardo Paz, Adriana Varejão (artista, ex-esposa de Bernardo), os curadores e os artistas que por lá passaram “*foi o que formou meu olhar, foi minha faculdade*”. ([MAM-SP, 18/08/2016](#))

Como não cabe na economia desta tese detalhar o funcionamento das diferentes entidades relacionadas à arte (bienais, fundações, institutos, salões), discorrerei um pouco sobre os conselhos e programas de patronos em museus, mais especificamente em duas das instituições mais populares entre meus interlocutores: o MASP e o MAM-SP.

Os museus têm lógicas próprias para a formação de seus conselhos. Alguns, têm apenas conselhos artísticos, formados por profissionais que atuam na área, tais como críticos, pesquisadores e curadores, “*pessoas de reconhecido saber na área das artes visuais*.”²⁰⁵ Esse parece ser o caso do paranaense Museu Oscar Niemeyer (MON), cujo *site* refere-se apenas a um “conselho cultural” que elenca apenas cinco nomes, todos eles no perfil acima apresentado.²⁰⁶ Outras instituições têm, para além dos conselhos formados por profissionais da área, conselhos deliberativos (e por vezes fiscais) abertos para a participação de outras pessoas interessadas em artes visuais e em apoiar os museus, desde que tenham dinheiro para tanto. Nesses casos, as pessoas que desejam participar dos conselhos devem ser indicadas e aceitas pelos mesmos. E, por vezes, as pessoas indicadas e aceitas pelos demais conselheiros devem doar um valor específico ao museu. É o caso do MASP, que no início de 2016 aceitou em seu conselho deliberativo dois membros que “deram o que falar” no meio das artes: o apresentador televisivo global Luciano Huck e o diretor do Banco Central, Henrique Meirelles, supostamente mediante a doação de R\$150.000,00 – valor médio com o qual os quase 70 conselheiros do museu²⁰⁷ contribuiriam anualmente com a entidade.

205 Termo que um diretor de uma instituição de Curitiba utilizou para referir-se às pessoas que formavam suas comissões de seleção de projetos que ocupariam seus espaços expositivos – um modo, dentre outros, de evitar questionamentos sobre as escolhas dessas pessoas. (CORDOVA, 2010)

206 São eles: Agnaldo Farias Christine Vianna Baptista, Felipe Scovino, Fernando Antonio Fontoura Bini, Gaudêncio Fidelis e Maria José Justino.

207 A título de registro, elenco aqui os conselheiros do MASP, dando destaque àqueles referidos de alguma forma nesta tese: “**Alfredo Egydio Setubal** (presidente do conselho), **Geyze Marchesi Diniz** (vice-presidente do conselho), Abram Szajman, André De Vivo, Antonio Beltran Martinez, Antonio

([FOLHA DE SÃO PAULO, 31/03/2016](#)) Tanto Luciano como Henrique estão elencados no *site* do museu como patronos ouro, o que, imagino, esteja diretamente relacionado à contribuição financeira de ambos ao museu.²⁰⁸

O MAM-SP, por sua vez, tem regras mais claras no que tange à formação de seu conselho,²⁰⁹ já que o estatuto do museu está divulgado em seu *site*. “Os conselheiros serão obrigatoriamente sócios do Museu.” ([ESTATUTO MAM-SP, 30/10/2010](#), art. 15º) O quadro

Quintella, Beno Suchodolski, Bernardo Parnes, Carlos Jereissati, Claudio Lottenberg, Dan Ioschpe, Danilo Santos De Miranda, Eduardo Saron, Eduardo Vassimon, Elisa Bracher, Eric Hime, Fábio Barbosa, Fábio Penteadó De Ulhôa Rodrigues, Fábio Ulhôa Coelho, Fersen Lambranhó, Flávio Rocha, Graziella Leonetti, Guido Padovano,, Helio Seibel, Heloisa De Mendonça Wald Saad, **Henrique Meirelles**, Israel Vainboim, Jayme Vargas, **João Carlos De Figueiredo Ferraz**, João Roberto Teixeira, José Berenguer, José De Oliveira Costa, José Marcelo Braga Nascimento, **José Olympio Da Veiga Pereira**, José Orlando Lobo, José Roberto Marinho, Juliana Siqueira De Sá, Julio Roberto Magnus Landmann, Leo Krakowiak, **Luciano Huck**, Luis Stuhlberger, Luis Terepins, Marcelo Barbará, Marcelo Martins, Marcelo Medeiros, Marcio Kogan, Maria Lúcia Alexandrino Segall, Maurilio Biagi Filho, Moise Khalifeh, Neide Helena De Moraes, Nicola Calicchio Neto, Olavo Egydio Setubal Jr., Patrice Etlin, Paulo César Aragão, Paulo Donizete Martinez, Paulo Galvão, Paulo Proushan, Paulo Saad Jafet, Raquel Novais, Regina Pinho De Almeida, Ricardo Brito S. Pereira, **Ricardo Steinbruch**, Roberto Sallouti, Roberto Teixeira Da Costa, Rodrigo Bresser-pereira, Ronaldo Cezar Coelho, Sabina Lowenthal, Salo Seibel, Sílvia Ângela Teixeira Penteadó, Silvio Tini De Araújo, Sylvia Pinho De Almeida, Telmo Giolito Porto, Thilo Mannhardt, Tito Enrique Da Silva Neto, Vera Diniz, Vicente Assis, Vitor Hallack, Walter Appel, **William Ling**”. (MASP, 30/12/2017) Cito ainda a diretoria estatutária do museu: “Diretor Presidente: **Heitor Martins**; Diretor Vice-presidente: Jackson Schneider; Diretores: Alberto Fernandes, Alexandre Bertoldi, Fábio Luiz Pereira De Magalhães, Geraldo José Carbone.” (id. *ibid.*) A direção artística do museu está a cargo de **Adriano Pedrosa**.

208 Assim como no caso do MON, não encontrei no *site* do MASP informações relativas aos valores cobrados para adesão nas categorias de patronato disponíveis no programa do museu, nem informações mais detalhadas relativas ao modo como são formados seus conselhos.

209 Registro aqui a lista das pessoas que compõem o conselho e a diretoria do MAM-SP no ato de escrita desta tese: “Diretoria. Presidente: **Milú Villela**; Vice-Presidente Executivo: **Alfredo Egydio Setúbal**; Vice-Presidente Internacional: Michel Claude Julien Etlin; Diretor Jurídico: Eduardo Salomão Neto; Diretor Financeiro: **Alfredo Egydio Setúbal**; Diretor administrativo: Sérgio Ribeiro da Costa Werlang; Diretores: Cesar Giobbi, Daniela Villela, **Eduardo Brandão**, **Orandi Momesso**, Paula Azevedo, Vera Lúcia dos Santos Diniz.

Conselho Deliberativo. Presidente: Simone Schapira; Vice-Presidente do Conselho: Hélio Seibel; Conselheiros: **Adolpho Leirner**, Alcides Tapias, Angela Gutierrez, Antonio Hermann Dias de Azevedo, Antonio Matias, Carmen Aparecida Ruete de Oliveira, Carlos Eduardo Moreira Ferreira, Daniel Goldberg, Danilo Miranda, Denise Aguiar Alvarez, Fabio Colleti Barbosa, Fernando Moreira Salles, Francisco Horta, Geraldo José Carbone, Graziella Matarazzo Leonetti, Henrique Luz, Israel Vainboim, Jean-Marc Etlin, **João Carlos Figueiredo Ferraz**, José Ermírio de Moraes Neto, Leo Slezzynger, Maria da Glória Ribas Baumgart, Michael Edgard Perlman, Otávio Maluf, Paula P. Paoliello de Medeiros, Paulo Proushan, Paulo Setúbal, **Peter Cohn**, Roberto B. Pereira de Almeida, Rodolfo Henrique Fischer, Rolf Gustavo R. Baumgart, Salo Davi Seibel; Conselho Internacional: David Fenwick, Donald E. Baker, Eduardo Constantini, José Luis Vittor, **Patrícia Cisneros**, Robert

associativo, por sua vez, tem as seguintes possibilidades: “Parceiro, Patrocinador, Patrono, Benemérito e Honorário”. (id. *ibid.*, art. 4º)

§ 3º – Os associados das categorias Parceiro, Patrocinador e Patrono são pessoas físicas que contribuam com importância fixada pela Diretoria.

§ 4º – Associados Beneméritos são pessoas físicas ou jurídicas admitidas em reconhecimento a doações valiosas ao Museu ou a relevantes serviços a ele prestados.

§ 5º – Associados Honorários são personalidades do País ou do exterior que o Museu deseja distinguir pelos seus méritos ou atividades culturais.” (ESTATUTO MAM-SP, 30/10/2010, art. 4º.)

Com mandato de três anos, o conselho reúne-se ordinariamente duas vezes ao ano e extraordinariamente sempre que é convocado. Além de aprovar “o relatório anual, o balanço e as contas da Diretoria relativas ao exercício anterior” e o orçamento para os anos seguinte (id. *ibid.*, art. 22), compete ao conselho deliberativo:

- I – zelar pelo cumprimento dos Estatutos;
- II – autorizar a Diretoria a adquirir, alienar, hipotecar ou por qualquer forma gravar bens imóveis do Museu;
- III – convocar, quando entender necessário, os membros da Diretoria para prestar informações sobre atos de gestão;
- IV – auxiliar a Diretoria no levantamento de fundos para as atividades do Museu;
- V – resolver os casos omissos no Estatuto. (ESTATUTO MAM-SP, 30/10/2010, art. 15º.)

Com mandato de dois anos e reunindo-se a cada dois meses, no mínimo,

Art. 25. Compete à Diretoria:

- I – administrar o Museu;
- II – angariar recursos para o funcionamento do Museu, visando a sua manutenção e à ampliação de suas atividades;
- [...]
- IV – elaborar, no início de cada exercício, o programa das atividades do Museu;
- V – organizar a Curadoria-Geral do Museu, com a função de cuidar das atividades artísticas e museográficas, sob a chefia de especialista de reconhecida competência;
- [...]
- VII – decidir, ouvido o Conselho Consultivo de Artes Plásticas, sobre aquisição e empréstimo de obras de arte, bem como recebimento de doações

W. Pittman. Conselho internacional: David Fenwick, Donald E. Baker, Eduardo Constantini, José Luis Vittor, Patricia Cisneros, Robert W. Pittman.” (MAM-SP, último acesso 31/12/2017)

e legados para incorporação ao patrimônio do Museu ou para fins especiais. (ESTATUTO MAM-SP, 30/10/2010)

Para além (ou aquém) da participação em seus conselhos deliberativos, os museus disponibilizam diferentes formas/programas para apoio contínuo de suas atividades através de doações/investimentos anuais, cada qual com diferentes valores e benefícios relativos a sua adesão. O MASP, por exemplo, oferece àquele que deseja apoiá-lo as categorias “amigos” (versões estudante e professor pela taxa de R\$80,00/ano; sênior R\$120,00/ano; individual R\$160,00/ano e família, R\$270,00). Vários benefícios são oferecidos, como entradas ilimitadas e sem filas, desconto no café e restaurante do museu e em diferentes cinemas (etc.), além de uma programação e encontros culturais específicos. A categoria amigos é a versão mais popular de apoio ao museu. A instituição conta ainda com um programa de patronato, nas categorias “patrono benemérito”, “patrono diamante”, “patrono ouro”, “patrono prata” e “patrono”. Sem maiores especificações em relação aos valores, junto à divulgação do programa de patronato está a lista de patronos de cada uma dessas categorias, logo abaixo da frase “participe e tenha acesso a uma programação exclusiva, que inclui viagens no Brasil e no exterior, visitas a coleções particulares, ateliês de artistas, *previews* exclusivos em museus e galerias, além de contribuir ativamente e de maneira vital com o Museu.” ([MASP, acesso em 31/12/2017](#)) Para pessoas físicas, há ainda a opção “jovens patronos”, que “aproxima o Museu de jovens capazes de agregar novas ideias, formando a base das futuras lideranças do Museu. Ao se integrar a esse círculo, você apoiará o MASP a promover suas atividades, além de ter acesso a uma programação cultural exclusiva, dentro e fora do Museu” (id. *ibid.*). O “jovens patronos” foi lançado em 2016, e o valor de adesão em abril daquele era R\$7.000,00 por ano. ([BATISTA JR., 28/04/2017](#)) É possível, ainda, doar qualquer valor ao MASP na categoria “adote uma obra”. Como doações a museus em geral são integralmente debitáveis do imposto de renda no limite de até 6% para pessoas físicas, o *site* explica detalhadamente como se dá os cálculos para descontar o valor doado do imposto de renda, via a Lei Rouanet. Disponibiliza, ainda, um link que direciona o pretendo doador para uma calculadora que simula o abatimento para pessoas físicas.²¹⁰

Já o MAM-SP oferece, além do voluntariado – opção para a qual também é possível se cadastrar no *site* do MASP –, três diferentes possibilidades de apoio ao museu

210 O *site* da Pinacoteca de São Paulo disponibiliza a mesma ferramenta ([PINACOTECA](#), último acesso em 31/12/2017).

para pessoas físicas, além do voluntariado: “programa de sócios”, “clube de colecionadores” e “núcleo contemporâneo”. No programa de sócios há três categorias: “família”, “cultura” e “patrono”. Em todas essas categorias são oferecidos benefícios como convites para aberturas de exposição, acesso gratuito ao museu, “roteiros de viagens culturais organizadas pelo MAM[-SP]”, descontos na loja do museu “nos produtos da linha MAM[-SP]”. Na categoria “família”, cujo objetivo é “a interação entre pais e filhos”, o valor a ser investido na anuidade é R\$300,00, e conta com visitas guiadas e narração de histórias infantis como benefícios adicionais aos elencados acima. Na categoria “cultura” o valor individual a ser investido é R\$600,00/ano (para “estudantes, professores, aposentados e pessoas que moram fora do estado de São Paulo”, o valor cai para R\$120,00). Essa categoria é dedicada a “quem quer aprofundar conhecimentos e procura atualização constante no mundo da arte” e dá acesso a visitas a acervos e exposições em outras instituições, palestras com curadores, críticos ou artistas, dois catálogos gratuitos, cursos exclusivos e gratuitos para sócios, descontos nos cursos regulares do MAM-SP (etc.). E, por fim, a categoria menos popular e que mais interessa aos atores desta pesquisa, dedicada a quem deseja (e pode) contribuir “para o desenvolvimento social por meio da arte”: o patrono. Dentre seus benefícios adicionais está a possibilidade de participar da “Assembleia Geral de Sócios, com direito a voto; catálogos gratuitos de todas as exposições do MAM[-SP]; Publicação do nome nos catálogos do MAM[-SP]; [...] *preview* das exposições do MAM[-SP] com curadores e artistas; visitas privativas acompanhadas por especialista.”

Existe um esforço de implementação de programas de patronato em diferentes museus do país. Ao contrário do que acontece nos Estados Unidos, onde “os grandes mantenedores dos museus são patronos ‘pessoa física’, e não corporações ou governos”, a doação individual para museus no Brasil ainda é pouco comum, segundo a matéria [*Iniciativas individuais de doações financeiras para museus ganham espaço no Brasil*](#). (FERRAZ, M. G. 01/10/2014) A reportagem traz ainda exemplos de algumas instituições brasileiras que estão criando ações voltadas ao fomento da forma de patronato em questão, o que é, inclusive, uma “recomendação” do Instituto Brasileiro dos Museus (Ibram).²¹¹ Esse ponto interessa particularmente a esta tese, uma vez que fomentar patronos é fomentar o colecionismo.

211 Ibram é o órgão “responsável pela Política Nacional de Museus (PNM) e pela melhoria dos serviços do setor” e “pela administração direta de 29 museus”. (<http://www.museus.gov.br/>, acesso em 05/06/2015)

Aos poucos, multiplicam-se os esforços e museus para formar grupos de patronos. Por exemplo: em 2012, foi criado o grupo de *Patronos da Arte Contemporânea da Pinacoteca*. “Composto por convidados do museu – dispostos a doar um valor anual de R\$12 mil –, o grupo teve adesão de 40 patronos no primeiro ano, número que subiu para 64 em 2013”. A expectativa era que já em 2014, o número de patronos chegassem a 100. “O valor arrecadado é investido integralmente, ao final de cada ano, em obras de arte contemporânea para o acervo da Pinacoteca, em um processo de escolha com a participação dos patronos.” (FERRAZ, M. G., 01/10/2014) Em outubro de 2015, o MON lançou o programa *Sou Patrono*, e “em contrapartida ao apoio, as pessoas que participarem do programa vão poder escolher as obras a serem adquiridas pelo acervo [com o recurso do programa] – a partir de uma relação elaborada pelo Conselho Cultural do MON”. ([TAKASHINA, 25/11/2015](#)) O programa foi lançado em um evento fechado para convidados que contou com uma palestra de José Olympio Pereira, que como “inspirador do programa de patronos do MON, discorreu para os presentes sobre colecionismo e a importância do fortalecimento de coleções dos museus brasileiros”. ([MON, 15/11/2015](#)) Naquela ocasião os valores e categorias para a adesão no programa eram:

R\$6 mil (patrono) e R\$9 mil (gran patrono) [...]. O apoiador ganha direito a um voto de escolha nas obras a serem adquiridas, uma visita guiada, nome nas dependências do museu, cartão *VIP* para entrada gratuita e participação em encontros anuais sobre artes plásticas, arquitetura ou design. No segundo caso, pode fazer uma visita técnica ao museu, e no terceiro, recebe o cartão da ICOM (The International Council of Museums), que garante entrada gratuita e sem fila aos principais museus do mundo. Esse é o único caso em que há limites de incentivadores: 30 por ano. ([TAKASHINA, 25/11/2015](#))

Além do programa de patronato, o MAM-SP tem outras duas iniciativas que também congrega colecionadores e afins e arrecada fundos para o museu. Um deles é o Núcleo Contemporâneo,

um grupo de associados do Museu [...] que tem como objetivo incentivar a produção artística nacional, formar novos colecionadores, promover intercâmbio de informações, possibilitando aprofundar o conhecimento da arte contemporânea, principalmente brasileira, através da organização de encontros semanais tais como: *previews* de exposições com curadores, visitas a coleções privadas, visitas a ateliês de artistas, além de viagens culturais. (MAM-SP, acesso em 31/12/2017)

Em 2018 a iniciativa completa 18 anos de atividades e “desde a sua criação o Núcleo Contemporâneo já adquiriu mais de 200 obras para o acervo do MAM[-SP].”

A gente tem que fazer uma coisa mais interessante do que essa coisa de ver, adquirir, comprar, negociar. Eu tô fazendo muita coisa que eu estou muito feliz, em contrapartida do ponto de vista de comprar uma obra. Eu estou aprendendo muito, eu estou participando de conselho da Pinacoteca. Eu acho que isso para mim tá sendo tão gratificante. Estou participando do MAM[-SP], do Núcleo [Contemporâneo]. (Ana Carmen Longobardi in ITAÚ CULTURAL, 04/02/2013)

Outra atividade do MAM-SP voltada a arrecadar fundos para o museu é os Clubes de Colecionadores, iniciativa, aliás, que inspirou a criação de outros clubes de colecionadores fora do museu, como o [Arte Hall](#) (que já está em sua 11ª. edição).²¹² Hoje, no MAM-SP, estão ativos o Clube da Gravura e o Clube da Fotografia. O primeiro foi criado em 1986, por iniciativa de artistas, com o objetivo de angariar recursos e formar um acervo para o mesmo (Cauê Alves, conversa gravada em abril de 2015). O Clube da Fotografia foi criado em 2000. Já houve um Clube de Design, criado em 2010, mas que não está mais ativo. Todos

os Clubes de colecionadores foram criados para fomentar o colecionismo e incentivar a produção artística brasileira. A associação a cada Clube é anual e dá direito a cinco obras comissionadas pelo MAM[-SP] para cada edição. As obras selecionadas por curadores renomados nas áreas de gravura e fotografia são produzidas em tiragens de 100 exemplares e entregues aos Sócios dos Clubes com certificado de autenticidade. Provas de artista de cada obra são incorporadas à coleção do museu. (MAM-SP), acesso em 31/12/2017)

Somados os 3 clubes, até 2015, 215 peças já haviam sido incorporadas ao acervo do museu. Conforme pude aferir na bancada do museu na SP-Arte de 2015, o valor para participar dos clubes era R\$5.080,00 naquele ano, podendo ser dividido em 8 vezes. Mesmo descontados, os valores relativos à produção dos múltiplos (numerados e assinados), o

212 Segundo o *site* da iniciativa, “o Clube Hall foi criado para pessoas que querem iniciar ou completar suas coleções de arte contemporânea e funciona como um passo certo no mundo do colecionismo. São coleções de grandes nomes com uma curadoria profissional para colecionar com segurança. Além de possibilitar a aquisição de obras de artistas renomados por um preço acessível em uma edição limitada e exclusiva, o clube proporciona encontros com os artistas, e um contato mais próximo do sócio com a arte contemporânea. O Clube Hall é um clube para colecionadores de arte, que atua em parceria com artistas e galerias. Como funciona: O interessado escolhe [edição do] o clube de sua preferência, entra em contato por email ou telefone com a Galeria.” (ARTE HALL, último acesso em 01/01/2018)

então curador do Clube da Gravura, Cauê Alves, conta que fica uma boa quantia de dinheiro para o museu. Quando é lançada uma edição do clube, as obras de arte que farão parte dele não estão prontas, apenas os artistas participantes são divulgados. Nesse sentido, os sócios do clube que aderem a ele naquele momento também fazem uma aposta em obras que ainda não existem, mas que já têm o aval do curador do clube e do próprio museu, conforme me explicou a coordenadora dos clubes Maria de Fátima Perrone Pinheiro. (caderno de campo, abril de 2015) Aqueles que aderem a um dos clubes passam a fazer parte do programa de sócios do museu, na categoria Cultura, o que garante ao associado uma série de benefícios para além das próprias obras.

Cauê contou que dentre os artistas escolhidos para participar de cada edição, sempre tenta-se convidar um artista mais consagrado e artistas mais jovens, que começaram suas carreiras depois do ano 2000. É

uma tentativa de ter um recorte amplo que tem dado certo [... As escolhas são feitas muito em função do acervo do museu, afinal de contas, a gente trabalha para o acervo e tenta suprir algumas lacunas. Por exemplo, o Lourival Cuquinha era um artista [...] que está aparecendo muito no circuito e achei importante que o museu tivesse uma obra dele. [...] Ai passou pelo conselho [de arte, não consultivo] do museu. (Cauê Alves, conversa gravada em abril de 2015)

Cauê explica que, em sua maioria, os participantes do clube não são os grandes colecionadores, mas advogados, profissionais liberais, artistas e mesmo colecionadores.

O advogado Jorge Alex, de 56 anos, morador de Belém (PA), participa há cerca de sete anos dos três grupos [Clube de Gravura, Clube de Fotografia e Clube de Design]. Para ele, os clubes de colecionadores, como o mantido pelo MAM[-SP], permitem uma “dupla democratização” da arte no Brasil. “Democratizam o acesso à arte, não só porque os preços são mais acessíveis, mas principalmente porque são obras de excelente qualidade, escolhidas através de um processo de curadoria que assegura que você tenha uma visão bastante ampla da produção artística no Brasil e até em parte do exterior”, argumenta.

“Em segundo lugar, acho que democratizam o olhar sobre as artes plásticas no Brasil, a partir do momento que você escolhe artistas que não fazem parte do eixo Rio-São Paulo – o mais relevante em termos culturais, de produção artística –, mas valoriza também os trabalhos de outras regiões do Brasil, que são tão ricos e interessantes quanto”, adiciona o advogado.

O médico Marcelo Valente, de 29 anos, também aprecia as possibilidades abertas pelas associações de colecionadores. Integrante dos clubes de Gravura e Fotografia desde 2013, ele, que vive em Santo André, no ABC paulista, coleciona obras de arte desde os 18 anos. “Queria ficar mais

próximo do museu. Sempre gostei de frequentá-lo, participar de suas atividades, e o clube era uma forma de eu conseguir isso: juntar essa oportunidade à chance de ter obras de arte de artistas bacanas para a minha coleção”, afirma.

“Por exemplo, posso participar de aberturas de exposições, de visitas guiadas, tanto no MAM[-SP], como em outros museus, de mesas de discussão sobre arte moderna com curadores e artistas. Além disso, você também tem viagens organizadas”, assinala. Valente conta que já indicou a experiência para vários amigos que gostam de arte. ([ANJOS; FRANCO, 08/04/2015](#))

Se, por um lado, participar como patronos e/ou conselheiro dos museus tem a ver com estar mais próximo da arte através das instituições, isso parece se dar porque essas instituições promovem e vendem, através de seus programas de apoio, relações: relações com outras pessoas interessadas em arte, relações com outros colecionadores, relações com artistas, relações com curadores. Relações capazes de criar ou transformar a prática do colecionismo. Mas, esse acesso às relações da arte não é para qualquer pessoa: é para quem pode pagar por ele. Nesse sentido, o museu é, em partes, uma espécie de clube onde mais se tem acesso quanto mais se pode contribuir financeiramente com a instituição. Ou se acessa sendo um *expert* em arte, como é o caso de críticos, curadores, alguns artistas. Ou, colocado de outra forma, o museu, enquanto lugar de uma *expertise* em arte, democratiza através dos programas em questão, seus saberes e sua comunidade artística para aqueles que podem pagar por eles. Dessa maneira, funcionam como um pequeno clube onde saber artístico e poder econômico são complementares. Um clube bem fechado, cheio de privilégios e exclusividade paga, onde uma elite interessada em arte encontra mais um espaço de autosegregação, onde pode conviver com arte e todas as diferenças relacionadas a ela entre os seus pares ou equivalentes. E um mundo que ajuda, “sem a menor dúvida”, a abrir outras portas, segundo José Olympio Pereira.

“E tem muita gente que tenta usar desse mundo para galgar socialmente, pra se promover. Se me ajudou? No meu caso, acho que ninguém duvida que é uma paixão genuína, entendeu? Acho que o fato de eu ser uma pessoa com outros interesses, e não ser apenas focado em banco, me torna um pouco diferente, e isso é bom, né?” (ADACHI, BORGES, 20/07/2012)

Mas a arte é também um lugar em que uma determinada elite pode encontrar outros pensamentos, outras filosofias, outras classes sociais (como uma classe média a que pertence a maior parte dos artistas), filtrados e protegidos pelo museu.

Por outro lado, os museus não se restringem a esses clubes e seu público não se restringe a essa elite: grande parte de seus programas educativos estão voltados a pessoas e comunidades desprovidas de recursos financeiros que não teriam acesso a essa arte específica se não por intermédio das instituições e suas visitas guiadas a escolas (por exemplo); oferecem cursos pagos ou não que são acessados por uma classe média e podem ser importantes espaços de convívio; possuem bibliotecas e setores de documentação que servem, com maior ou menor burocracia, com relativa acessibilidade, aos pesquisadores; têm ingressos a preços medianos e dias em que a entrada é gratuita. E, em partes cada vez mais significativas, isso é suportado pelos valores que esta “elite artsy” está disposta a pagar por seu contato com a arte, seus privilégios em relação ao museu e/ou nas relações que podem construir ou manter a partir dele. E/ou uma elite comprometida com o “desenvolvimento social” através da arte. E assim o “colaborar com o museu” pode ganhar também contornos filantrópicos²¹³ – mantendo, aliás, uma distância segura dos menos abastados financeiramente e dando seus contornos ao que será “consumido” no museu ao escolher ou ajudar a escolher aquilo que será adquirido ou não com os valores que investe na instituição. E para os museus, ter colecionadores poderosos “em seus conselhos representa mais do que prestígio: pode facilitar acesso às coleções, patrocínios e doações de obras”. (FINGUERUT, 2016, p. 219)

4.2 o colecionador na coluna social

4.2.1 eventos beneficentes

Uma outra maneira de museus (e tantas outras instituições artísticas e/ou filantrópicas) arrecadarem fundos são os jantares, bailes ou *shows* beneficentes, muitas vezes também voltados para a elite econômica. Anualmente, no mês de novembro, o MASP promove um jantar seguido de um *show* festa/baile beneficentes, com o objetivo de arrecadar fundos e que marca seu aniversário. Em 2017, comemorando seus 70 anos, o jantar foi assinado pelo Buffet Fasano e aconteceu no mezanino do museu. Na sequência, teve um show com “Daniela Mercury, a cantora e produtora Mariana Aydar e do sanfoneiro Mestrinho” (artistas que doaram seus cachês para o museu) e depois, uma festa com coquetel e *open bar*.

213 Contornos esses, aliás, que estão na base da constituição dos conselhos do museu.

O evento era aberto “a visitantes e contribuintes”, pelo valor de R\$2.500,00 o jantar (mais shows e festa) e de R\$600,00 para os *shows* e a festa. ([REDAÇÃO GQ, 13/11/2017](#)) Na edição do evento de 2016, o *show* ficou a cargo de Marisa Monte (que, aliás, é colecionadora de arte – [FOLHA DE SÃO PAULO, 11/03/2006](#)) e o jantar foi “comandado pela *chef* Morena Leite”. O valor para o jantar mais o *show* daquele ano também foi R\$2.500,00, e R\$500,00 apenas para o *show*. ([GLAMURAMA, 25/11/2016](#)) Dentre os presentes nas festas estavam os colecionadores Rose e Alfredo Setubal (e outros casais da família Setubal, ligados ao conglomerado Itaú S.A.), **Cleusa Garfinkel** (dona da seguradora Porto Seguro), Heitor Martins e Fernanda Feitosa, Alfredo Setubal, José Olympio Pereira, Suzana e Ricardo Steinbruch, **Renata Paula Seripieri** (designer de interiores, cuja fortuna está atrelada a Qualicorp, administradora de benefícios e corretora de planos de saúde), **Angela e Ricard Akagawa** (empresário do ramo turístico e imobiliário); os empresários Jovelino Mineiro, Maurício Monteiro; os arquitetos Felipe Diniz e Martin Corullon; a empresária e socialite Sofia Derani; Abilio Diniz (um dos homens mais ricos do Brasil) e sua esposa Geysel (que é vice-presidente do conselho deliberativo do museu); a socialite Aparecida Marinho; Candido Bracher (presidente do Banco Itaú) e sua esposa Teresa; Pedro Hungria Mendes de Castro (assessor de negócios imobiliários de alto padrão) e Titiza Nogueira; a Daniela Beyruti (empresária e diretora de televisão, filha de Silvio Santos) e seu marido; galeristas como Luisa Strina (Galeria Luisa Strina), Antonia Bergamin (Galeria Bergamin e Gomide), Jaqueline Martins (Galeria Jaqueline Martins), Andre Millan (Galeria Millan), Marcia Fortes (Galeria Fortes Vilaça), Luciana Britto (Luciana Britto Galeria), Nara Roesler (Galeria Nara Roesler), Pedro Mendes (Mendes Wood DM), Eliana Finkelstein (Galeria Vermelho); e artistas, tais como [Jac Leirner](#), [Gaspar Gasparian](#), [Gabriel Nehemy](#), [Rafa\[el\] RG](#) e [Thiago Honório](#) ([GLAMURAMA, 25/11/2016](#) e [23/11/2017](#))

O MAM-SP também já organizou festas para arrecadar fundos. Através do Núcleo Contemporâneo, fez duas edições da Festa Panorama, em 2012 e 2014, realizadas no próprio museu com o intuito de viabilizar as 33ª. e 34ª. edições da mostra bienal *Panorama da Arte Brasileira* – “a mais importante exposição bienal sobre arte contemporânea no Brasil”, segundo a página de divulgação da festa do próprio museu. (MAM-SP, último acesso em 04/01/2018) Os convites, “numerados e limitados”, custavam R\$1.200,00. No ano de 2014, o projeto artístico da festa foi “assinado pelo grupo [Chelipa Ferro](#), composto pelos artistas Luiz Zerbini, [Barrão](#) e Sergio Mekler”, e cada convite dava direito a um múltiplo do

grupo. Além “de arrecadar recursos para a realização do Panorama”, informava ainda o convite, “a festa é uma grande celebração a arte contemporânea, envolvendo instituições, artistas, galeristas, colecionadores e amantes das artes”. (id. *ibid.*) Já no ano de 2013, com a “curadoria de Felipe Chaimovich, vários artistas se envolveram na produção do projeto, desde a criação dos convites à concepção artística da festa.” ([GLAMURAMA, 24/08/2012](#))

Um outro exemplo de festa para arrecadar fundos para o museu foi o baile de gala em comemoração aos 100 anos da Pinacoteca de São Paulo, em 2015, que aconteceu no próprio museu. Foram disponibilizados 800 ingressos, vendidos a R\$800,00 ou R\$600,00, para amigos e patronos do museu. ([RG, 17/10/2015](#)).

Além das festas e jantares em prol do museu organizados pela própria instituição e que acontecem em suas sedes, jantares particulares em apoio a essas entidades, organizados por pessoas físicas que “participam” do museu parecem ainda mais comuns. Um exemplo de tais eventos foi a festa de aniversário de 50 anos de José Olympio Pereira que, oferecida por sua família e realizada em maio de 2012 na capital paulista, contou com aproximadamente 800 convidados que “movimentaram a ponte aérea” Rio-São Paulo ([ANGEL, 20/05/2012](#)) – e também as colunas sociais. Em vez de presentes, o convite para a festa deixava claro que “o aniversariante aceit[ava] doações em prol do MAM[-SP] ou da Pinacoteca”. ([GLAMURAMA, 19/05/2012](#)) Para além de colunas sociais, tal ação parece ter repercutido em termos de reflexões sobre “iniciativas pessoais de doações financeiras para museus” no Brasil e, com os recursos arrecadados, “foram compradas diversas obras de arte contemporânea para os acervos das instituições”. ([FERRAZ, M.G., 01/10/2014](#))

Alguns museus, a exemplo do MAM-SP, alugam alguns de seus espaços (como auditórios, salas etc.) para eventos privados – e, aliás, oferecem descontos para associados. É o caso também do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro (MAM Rio), que têm um espaço luxuoso para eventos corporativos, casamentos, festas, capaz de abrigar até 1.200 pessoas e mantém um *site* unicamente dedicado a locação do espaço. ([ESPAÇO MAM](#), último acesso em 05/01/2018) Uma pessoa que optou por fazer sua festa de 50 anos nesse museu, em 2016, foi o colecionador Paulo Vieira. ([GLAMURAMA, 14/05/2016](#)) Em 2005, Paulo era presidente da Associação de Amigos do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, que na época tinha como “uma das principais batalhas [... a] aproximação de colecionadores e museus”. ([QUEM, 03/2005](#)) Foi ele o colecionador que Luiz Augusto Teixeira de Freitas procurou para auxiliá-lo a iniciar sua coleção e que indicou o trio Adriano Pedrosa, Luisa

Strina e Márcia Fortes a Luiz. Paulo Vieira também contou com curadoria de Adriano Pedrosa, tanto em sua coleção particular, como na que mantinha com os sócios de seu escritório de advocacia em 2005. (id. ibid.)

A Diretora Jurídica e de Relações Institucionais do MASP, Juliana Siqueira de Sá, organizou em sua própria casa “um jantar de lançamento do programa Jovens Patronos MASP” em junho de 2016. ([GLAMURAMA, 14/06/2016](#))

De acordo com a diretora do museu, Juliana Sá, 38, a ideia é engajar os jovens para que eles continuem a história do Masp quando os 80 conselheiros atuais, quase todos com mais de 40 anos, “estiverem cansados”. “Passamos por um processo revolucionário, nova diretoria, novo conselho, mas isso foi só o início. A gente tem de olhar para daqui a 50 anos.” ([SAMPAIO, 27/04/2017](#))

A empresária Sofia Derani tem 24 anos e é dona, junto com a irmã, de uma linha de cosméticos para cabelos. Ela foi “embaixadora do baile de gala do MASP” de 2016.

Depois da festa, o relacionamento de Sofia com o museu ficou mais próximo até chegar o convite para ser líder dos jovens patronos neste ano. “Eu coleciono arte desde os 15 anos de idade. Gosto muito de grafite e de arte contemporânea. Minha paixão é antiga e eu tenho muito carinho e olho para esse mundo” [...]

Na lista de artistas plásticos favoritos, Sofia diz tem nomes de “A a Z.” “Gosto de Di Cavalcanti, a Piet Mondrian, Picasso, passando pelos grafiteiros Francisco Rodrigues da Silva (“Nunca”), Os Gêmeos e Finok.” ([GLAMOUR, 26/04/2017](#))

Sofia foi chamada para uma reunião no museu no começo de 2017, quando foi convidada para o cargo de líder dos jovens patronos por uma das diretoras do museu (provavelmente Juliana Sá, que estava publicamente engajada na divulgação do programa, conforme vimos acima) e pela patrona e membro do conselho do museu Titiza Nogueira. Titiza

diz que o que se pretende é “uma ação cultural perene”: “A gente quer que o mosquitinho da arte pique esses jovens e os contamine.” Sofia foi escolhida como líder pela ampla rede de relacionamento que cultivava entre a juventude bem-nascida da cidade. Ela funcionará como influenciadora cultural. (SAMPAIO, 27/04/2017)

Para comemorar o título e motivar adesões ao grupo de jovens patronos, Sofia ofereceu um jantar para os amigos “no apartamento de cerca de 300 metros quadrados onde

mora sozinha, nos Jardins, zona oeste de São Paulo.” Um evento para cem pessoas, em um apartamento “para onde quer que se olhe, [...] há obras assinadas”. (id. *ibid.*) Artistas também foram convidados por Sofia, conforme ela comentou em uma entrevista que concedeu antes do evento:

Os grafiteiros Nunca, Speto, Finok e a Nina Pandolfo são alguns dos muitos artistas que devem vir nesta noite. Quero influenciar meus amigos, pessoas engajadas em outros projetos e da nova geração para valorizar e entender o mundo da arte. Quero que meus convidados se sintam livres para falar com esses artistas, pedir para conhecer o estúdio deles, fazer alguma intervenção. É menos os artistas num palco e mais as pessoas tendo contato com eles como gente. Eles querendo falar e contar as histórias para nós. (Sofia Derani in [GLAMURAMA, 25/04/2017](#))

Segundo o colunista social Paulo Sampaio, que cobriu o jantar, os convidados pareciam

dispostos a deixar que o mosquitinho [da arte] os pique. A administradora de empresas Jessica Sayeg, 25, diz que se sentiu “superlisonjeada” com o convite de Sofia para o jantar. “Passei a vida lidando com negócios, então arte é algo que eu não domino, mas vou amar entrar nesse projeto... [...] Acho o Masp o máximo!”

[...]

A propósito da “ação de cultura perene” no Masp, [a publicitária Julia Zangrandi, 30] afirma que está bastante interessada em se engajar. “Não entendo muito de arte, mas quero participar. Vim para apoiar a Sofia nessa nova etapa, nesse novo caminho”, diz ela.

[...]

O cantor Reinaldo Kherlakian, famoso também por ser proprietário da Galeria Pajé, no centro de São Paulo, e por ter um minizoológico em casa [...], diz, com expressão de curiosidade, que não entendeu direito o intuito da festa: “É para angariar fundos?” A pergunta faz sentido, uma vez que Sofia cresceu em um “meio rico”. Mas Titiza Nogueira explica que “não é preciso doar nada”. “Se visitar o museu, já está valendo.” (SAMPAIO, 27/04/2017)

Apesar dos contornos caricatos que uma certa elite ganha nas colunas sociais e suas coberturas sobre os eventos aqui narrados – e conseqüentemente neste trecho de minha narrativa, que tem tais colunas como fontes –, vemos aqui pessoas se organizando e mobilizando suas redes de relações para incentivar seus pares a investir em instituições de arte. E quando fazem isso, performam socialmente sua participação nos museus (ou nas instituições que forem) para além de suas paredes, por vezes tocando membros de uma elite e, quem sabe, futuros doadores, até então alheios a essas entidades. E ao fazer isso, fazem também suas reputações nas instituições a que estão vinculados.

Durante minha pesquisa de campo, apenas uma vez pude acompanhar pessoalmente um jantar dedicado a uma futura instituição de arte. Foi em 2015, durante a SP-Arte daquele ano. E não foi um jantar relacionado a um museu, mas a um instituto em processo de constituição: o Instituto José Marton, que “tem como foco as áreas de arte, arquitetura, *design* e moda no Brasil a partir do período pós-ditadura,²¹⁴ e vai oferecer cursos e residências artísticas. Futuramente, a ideia é transformar o Instituto em um museu ou fundação.” ([GLAMURAMA, 12/04/2015](#)) O jantar foi oferecido a José Marton, em homenagem a seu instituto, por Renata Paula Seripieri, decoradora e colecionadora, ex-esposa de um megaempresário do ramo de seguros de saúde (que até onde compreendi fez sua fortuna enquanto eram casados). Não foi o primeiro jantar de Renata Paula voltado ao apoio de iniciativas relacionadas às artes visuais. No início de 2014, a colecionadora já havia oferecido “um jantar em torno de Antonio Henrique do Amaral, artista que acaba[va] de encerrar uma bem-sucedida exposição na Pinacoteca da cidade”. ([VOGUE BRASIL, 25/02/2014](#)) Renata criou um vínculo com a Pinacoteca, expresso também pela doação de uma obra de Rochelle Costi para a instituição, durante a SP-Arte de 2015 ([SELECT, 10/04/2015](#)), por sua participação como patrona da instituição em 2016 (PINACOTECA DE SÃO PAULO, 2016) e por sua presença no conselho consultivo da Associação Pinacoteca Arte e Cultura, entidade que apoia o funcionamento do museu. (PINACOTECA, último acesso em 08/01/2017)

Antes de discorrer um pouco sobre o jantar, preciso falar de como cheguei até ele. Em 2014 conheci José Marton, porque nós dois participamos como palestrantes na II Semana de Artes Visuais da Faculdade de Belas Artes. Eu falando panoramicamente e da perspectiva das ciências sociais sobre o mercado brasileiro de arte. Ele versando sobre sua coleção. O reencontrei alguns meses depois em uma visita a sua coleção no Marton Estúdio,²¹⁵ divulgada na programação VIP da SP-Arte de 2015 (a qual tive acesso graças ao convite que uma amiga me cedeu). Ao contrário da visita à coleção de Sérgio Carvalho, em Brasília, a qual pude acompanhar na ocasião da SP-Arte Brasília, que tinha uma hora marcada – afinal

214 O termo “pós-ditadura” foi criticado via Facebook por um especialista da área, afirmando que se tratava de “uma nova periodização da história da arte”. (diário de campo, abril de 2015) Entendo que o termo foi o modo que Marton encontrou para referir-se a uma arte produzida a partir dos anos 1990.

215 Empresa de José Marton que trabalha em quatro frentes: “Soluções para Arte, Arquitetura, Cenografia e Design” e que ocupa grande parte de um prédio de cinco andares no bairro Barra Funda em São Paulo, capital. ([MARTON](#), último acesso em 06/01/2018).

era uma visita à casa do colecionador, seguida de um almoço (que foi oferecido não na casa dele, mas na de alguém próximo) –, a coleção de Marton, alocada no Marton Estúdio, simplesmente ficou aberta para visita entre 10h e 15h de um determinado dia. Um dos pisos da edificação que a empresa ocupava tinha virado uma espécie de espaço expositivo. Cheguei em torno das 10h e fiquei durante todo o período de visita. Marton passou o dia lá na exposição que organizou, apresentando a parte exposta de sua coleção de cerca de 600 obras para aqueles que o visitavam. Entre uma visita e outra, conversávamos e pude, assim, explicar um pouco sobre minha pesquisa. Dentre as visitas à coleção de Marton esteve Renata Paula, acompanhada da curadora Adriana Rede. Adriana escreveu o texto que estava fixado na parede da sala expositiva e que apresentava parte da coleção de Marton. Naquele dia, Marton me convidou para acompanhar a visita de um grupo de estrangeiros guiados por Marc Pottier que iria ao estúdio no dia seguinte. (caderno de campo, abril de 2015)

No dia seguinte, fui ao estúdio no horário combinado e o grupo atrasou um tanto. Quando chegaram, o colecionador os recebeu com bebidas e alguns petiscos, que eram servidos por um garçom em meio ao espaço expositivo. Segundo compreendi, o combinado entre Marton e Marc é que o grupo visitaria a coleção que estava no estúdio e depois seguiria para sua casa, a fim de conhecer um pouco mais sua coleção. Em casa, o colecionador havia contratado um amigo que organizou uma espécie de coquetel com comidas brasileiras. Mas o grupo optou por não ir à residência de Marton. Fomos, então, Marton, Paulo Renato (companheiro de Marton), Suzana (uma amiga dos tempos de faculdade de Marton que estava hospedada em sua casa) e eu para a casa do colecionador. A recepção para o grupo de estrangeiros acabou virando uma festa para um grupo de amigos e afins muito bem servida de comidas e bebidas. Artistas, gente que trabalha em galeria, *advisers*, editores de uma revista, dentre outras pessoas, foram à residência de Marton.

Em todos os ambientes do apartamento do colecionador havia obras de arte. Embora aparentasse não haver espaços para novos trabalhos ali dentro, o lugar estava longe de estar abarrotado. Boa parte das casas de colecionadores que visitei tinham esse perfil: repletas de obras de arte, sem, no entanto, saturarem o espaço ou estarem amontoadas pelos cantos. Eram espaços cheios, mas muito bem organizados.

No sábado, na SP-Arte, no *lounge* Oi-Iguatemi – que, aliás, Marton havia projetado – aconteceu o lançamento da publicação *Facetas: a arte e o design na obra de José Marton*. (CINTRÃO et. al., 2014) Fui ao evento e, após o mesmo, Marton perguntou se eu

não gostaria de ir ao jantar que Renata Paula estava oferecendo a ele naquele dia – e que se eu aceitasse, poderia acompanhá-los. O jantar teria início em menos de duas horas, o que significava que, após um dia inteiro fazendo campo, percorrendo a feira, eu não teria tempo de me arrumar para tanto. Aceitei o convite e, aproveitando uma carona com Marton e Susana, fui à casa do colecionador para que eles pudessem se arrumar e seguimos rumo ao jantar.

Chegamos em um edifício que ficava em frente a uma praça. Em seu portão, havia um segurança com uma lista de convidados em mãos – parte dessa lista de convidados foi preparada por Marton. Quando o segurança perguntou meu nome, Marton disse que não constava na lista, que eu estava o acompanhando. Entramos e caminhamos alguns metros até chegar à porta do edifício. Não era uma porta qualquer, mas uma porta gigante, ao lado de outra porta equivalente. O saguão do prédio tinha o maior pé-direito que já tinha visto em um prédio residencial. Pegamos o elevador e fomos à cobertura de Renata. Na saída do elevador havia um *hall*, no qual uma moça com uma prancheta nas mãos nos deu boas-vindas, abrindo a porta da cobertura, que dava para um cômodo que parecia um grande salão de festas e que, só depois de alguns instantes, percebi que era a sala do apartamento. Além de diferentes sofás e mesas de centro, o ambiente tinha algumas esculturas e muitas obras de arte pelas paredes, em sua maioria quadros. Parte da sala tinha um pé-direito bem alto, equivalente a uns dois andares. Uma das paredes próximas à janela era forrada de plantas. As demais paredes estavam ocupadas por obras de arte – era uma residência-galeria. ([GIBRAIL, 22/04/2015](#))

Fomos os primeiros convidados a chegar e, assim que entramos, fomos bombardeados por ao menos três garçons, cada qual oferecendo a bebida que tinha em sua bandeja: suco, água, *champagne*. Marton foi conversar com as pessoas que já estavam lá e fui percorrer a sala para ver as obras de arte. Na parede no fundo da sala, à direita da porta de entrada, havia uma [*escultura do indiano Anish Kapoor*](#): um grande círculo côncavo espelhado prateado, cara mesmo para os padrões de grandes colecionadores. E ela era “**uma das** obras de Anish Kapoor que fazem parte da coleção de Renata” ([GLAMURAMA, 12/04/2015](#)) Dentre outras obras rapidamente identificáveis por mim como sendo peças muito caras (na casa dos milhões de reais), estava um [*móbile de Alexander Calder*](#). Entre outros artistas passíveis de serem citados estão Antônio Dias, Lygia Clark, Mira Schendel e Lygia

Pape. ([GLAMURAMA, 04/12/2013](#); VOGUE, 25/02/2014, AMAURI JR., 15/09/2017)²¹⁶

Havia muitas outras obras de outros tantos artistas na casa de Renata. A última aquisição (ou uma das últimas) da colecionadora havia sido uma [*escultura de Eduardo Srur*](#):

Um personagem que deu o que falar durante o jantar: uma escultura de Eduardo Srur, [instalada] no teto da cobertura, acima da enorme varanda, que a anfitriã fazia questão de apresentar a todos os convidados, um por um. A obra fez parte da instalação “Às Margens do Rio Pinheiros”, que colocou manequins sobre trampolins azuis em quatro pontes ao longo do rio. “A Polícia Militar registrou mais de 300 ocorrências na época, de gente que achava que eram pessoas querendo se suicidar”, conta Eduardo, um dos convidados do jantar. No apartamento de Renata, não podia ser diferente: “Alguns vizinhos dos prédios em frente ligaram para a polícia, pelo mesmo motivo”, se divertia a anfitriã. (GLAMURAMA, 12/04/2015)

No jantar oferecido pela colecionadora estavam artistas, galeristas, colecionadores, empresários etc. Foi um jantar “armado” para 150 pessoas onde estiveram presentes cerca de 160. A comida foi servida em estilo *buffet*, cada um se servia com os pratos elaborados por uma *chefe* dispostos sobre uma mesa. E então, cada um procurava um local na sala para sentar e comer. Sou incapaz de descrever algo sobre a comida – saladas, pratos com carnes nobres, queijos etc., porque não fazem muito parte de minhas referências gastronômicas.²¹⁷

O apartamento de Renata ficava em um bairro de São Paulo chamado Vila Nova Conceição. Localizado na Zona Sul, o bairro era considerado o metro quadrado mais caro da cidade. A cobertura *duplex* onde mora já pertenceu a Athina Onassis. (GLAMURAMA, 04/12/2013) Pesquisas na *internet* sugerem que o imóvel tem cerca de 990 metros quadrados, 15 vagas na garagem e foi vendido decorado por R\$35 milhões em 2010

216 Apesar de ter sido convidada para ir ao jantar por Marton, o qual informei que estava fazendo uma pesquisa sobre o mercado de arte, mais especificamente sobre colecionismo, com o objetivo de escrever esta tese, e apesar de ter sido durante o jantar apresentada a Renata como pesquisadora, não tive a oportunidade de entrar em maiores detalhes com a colecionadora sobre a pesquisa. Optei, portanto, por trabalhar na tese apenas com dados que já estavam disponibilizados na *internet* em colunas sociais – e que, portanto, têm um caráter público.

217 Para o leitor ter uma ideia de minha intimidade com a comida servida, me servi com o que achava que estava reconhecendo (a fim de tentar não passar vergonha por não saber comer algo). Mesmo assim, me servi com o que achava que eram algumas batatas pequenas que, quando comi, percebi que eram queijos; peguei um figo de um prato que estava quase vazio achando que se tratava do prato em si, e na verdade, assim que o prato foi repostado, percebi que era a decoração do prato (caderno de campo, abril de 2015)

(valor equivalente, na época, a U\$20 milhões) para um empresário da área de seguros de São Paulo, provavelmente José Seripieri Jr., com quem Renata tem uma filha. “Foi certamente a maior transação imobiliária residencial do ano em São Paulo.” ([BARROS, 19/02/2010](#)) Renata morava naquele apartamento apenas uma parte do ano. Outra parte do ano ela passava em Londres, outra, ainda, nos Estados Unidos.

A suntuosidade do apartamento de Renata, de sua coleção cheia de *blue chips* (obras que valem milhões e milhões de reais expostas aos olhos de todos – uma coisa era vê-las expostas nas galerias, outra sensação é vê-las dentro da casa de alguém), das bebidas servidas, das comidas oferecidas foi bastante impressionante para mim. Embora já houvesse visitado algumas casas de colecionadores, nenhuma tinha uma coleção com tantos artistas estrelas internacionais em uma residência tão luxuosa.

Assim como nas aberturas de exposições em galerias ou das feiras de arte, esse tipo de festa é onde não apenas se produzem relações, mas, principalmente, se performam relações já existentes e reforçam-se laços. E é preferencialmente por meio dessas relações existentes que se tecem novas relações. Alguém com quem você se relaciona de alguma forma te apresenta uma terceira pessoa dizendo, em geral, seu nome (de preferência nome e sobrenome) e, caso sua reputação não te preceda (não se saiba quem você é antes mesmo de te conhecer), dizendo qual a sua posição dentro do contexto de arte a partir do que você faz (artista da galeria “x”, galerista de “y”, curador da instituição “x”, colecionador). No meu caso era algo como: “Dayana, está fazendo uma pesquisa sobre o mercado.” Nunca diziam meu sobrenome – e nunca me apresentei com nome e sobrenome –, e por vezes me perguntavam: “Dayana de quê?” Essas informações são uma maneira de localizar os atores dentro do contexto do mercado, seu interesse dentro dele (e no que você pode interessar à pessoa à qual está sendo apresentada), à família que você pertence. Essa é uma prática comum no contexto do mercado da arte. Uma das primeiras observações de meu caderno de campo é: “no mercado de arte as pessoas têm nome e sobrenome. As pessoas na feira se apresentam quase sempre dessa forma” – o que é comum à grande parte dos ambientes profissionais, mas não às demais esferas da arte. (caderno de campo, maio de 2012)

Um parêntese: acompanhando algumas conversas, também pude perceber que quando o assunto era algum acontecimento dentro de mercado, quando os sujeitos sobre os quais eram narrados não eram extremamente conhecidos, sempre dizia-se seu nome e quem ele era dentro do mercado (atuação) e a que outros atores estava relacionado. Essas situações,

que em geral pouco me informavam sobre o mercado – no sentido de que não conseguia lê-las –, sempre me davam a impressão de que cada um dos atores das artes visuais tinha uma espécie de mapa mental do mercado, ou melhor, das relações que o constituem. E que, quando alguém era referido em uma fala e posicionado dentro do mercado de alguma forma, aquele que ouvia calculava suas conexões com os demais atores do mercado. E, quando esse cálculo não podia ser feito, ou quando havia alguma dúvida quanto a quem era a pessoa sobre a qual se falava, se tentava obter mais alguma informação sobre suas relações (trabalha com tal pessoa, é filha de não sei quem, é representado pela galeria “y”, comprou tais e tais artistas).

A colombiana Maria Quiroga, formada em artes visuais e diretora da Galeria Luisa Strina, em São Paulo (e que contribui regularmente para diferentes publicações da área), escreveu o seguinte relato sobre uma fala da colecionadora francesa Catherine Petitgas, que aconteceu durante a SP-Arte de 2012: “Petitgas comenta sobre sua experiência, há oito anos, no comitê de aquisições latino-americanas da Tate em Londres: metade dos membros paga a taxa para usufruir a vida social, e metade é colecionadores *hardcore* que aproveitam a discussão sobre a aquisição das obras.” (QUIROGA, último acesso em 22/02/2015)

Segundo Márcio Fainziliber, há um tipo de colecionadores que

são aqueles que procuram ascensão social. São pessoas que normalmente compram obras mais caras, troféus, normalmente de galerias de maior renome ou casas de leilão de maior renome. E também de artistas mais conhecidos. E esse é um ponto importante, porque na medida em que a pessoa não tenha muito conhecimento, muita informação para conseguir segurança, o que transmite segurança para essas pessoas? É ir numa galeria de maior nome, ou comprar obras de um artista de maior renome. Então para mim, valor para esse [...] tipo de indivíduo é ser reconhecido. O valor para ele é que a arte permite que ele seja aceito em determinados nichos da sociedade. (Márcio Fainziliber in SP-ARTE, 10/04/2015)

Difícilmente um colecionador se identificará com esse tipo apontado por Márcio. Há nele, da perspectiva de meus interlocutores, um certo desprestígio, uma vez que o interesse no colecionismo não estaria na arte em si, mas em alcançar um determinado *status* ou angariar algum poder através da prática do colecionismo.²¹⁸ É preciso ponderar ainda que

218 Um exemplo de como apontar esse “tipo” em alguém funciona como uma espécie de categoria acusatória, foi a maneira como o curador Gaudêncio Fidelis rebateu as críticas que recebeu do colecionador Justo Werlang sobre a exposição *Queer Museu*. A exposição foi encerrada abruptamente em setembro de 2017, poucas semanas após ser inaugurada no Santander Cultural, em Porto Alegre,

esse tipo de colecionador é, assim como os demais, ideal, ou seja, ele não existe apenas em sua “forma pura.” Ele pode conviver com outros “tipos de colecionismo”, como o investidor (sobre o qual discorrerei mais detalhadamente em breve). Assim como comprar obras de arte pela beleza, ou “*obras amigáveis*”, que se possa fazer leituras mais rápidas: “*é muito mais fácil se aproximar de trabalhos amigáveis do que se aproximar de um trabalho de Iberê Camargo. Precisa de um trabalho de maturação [...] Muita gente começou a beber vinhos mais doces e depois bebe outros vinhos. É um processo de amadurecimento.*” (Justo Werlang in FESTIVAL CULTURA EM MINICICLOS, 13/09/2017)

Uma pessoa que coleciona pelo social é aquela que compra obras de arte que possam impressionar à primeira vista aqueles que tem um pouco de saber sobre o mercado, como é o caso da aquisição dos artistas estrelas, *blue chips* – o que não significa que colecionadores com reputação de “sérios”, que possuam coleções *coleções* não possam possuir tais artistas ou trabalhos. Mas, certamente, mesmo nesses casos, possuir alguns artistas e trabalhos *blue chips*, mesmo “conversando coerentemente” com o restante da coleção, é também uma demonstração de poder aquisitivo financeiro (no mínimo) e simbólico, de reconhecimento – em especial no caso dos artistas que são tão cobiçados que há uma escassez de obras deles no mercado e filas de espera para suas aquisições. Escutei de um colecionador que “*ninguém compra obra do Anish Kapoor porque ama Anish Kapoor. Muitos compram porque ele tem um apelo sedutor muito grande. As pessoas compram porque todo mundo reconhece um Anish Kapoor.*” (diário e campo, abril de 2015) Uma terceira pessoa, que participava da conversa com o colecionador acima citado, contou que uma *adviser*

em decorrência de uma onda de manifestações contra ela, capitaneada pelo Movimento Brasil Livre (MBL). O encerramento da mostra foi tomado por muitos como um dos ápices de uma série de esforços e repressões moralistas (às vezes muito bem-sucedidos) em relação a mostras e trabalhos artísticos (ou acadêmicos), relacionados à sexualidade ou que tivessem qualquer nudez como parte de seus componentes, por parte de uma (extrema) direita política – a exemplo da polêmica em torno da performance *La Bête*, do bailarino Wagner Schwartz, realizada no MAM-SP, e da interação de uma criança com o artista nu ([G1, 29/09/2017](#)); e da proibição da entrada de menores de 18 anos na exposição *A história da sexualidade* no Masp ([RONCOLATO, 22/10/2017](#)). Werlang escreveu um texto em que dizia que a curadoria de *Queer Museu* foi um “projeto artístico que alcançou o seu melhor sucesso”, concebida “absolutamente para causar polêmica” e que “Gaudêncio alcançou seu objetivo, virou estrela, sua carreira está salva por mais alguns anos”. (Justo Werlang, in [ALVES, 12/09/2017](#)) Gaudêncio deu início a sua resposta desqualificando Werlang enquanto colecionador: “Como muitos agentes que gravitam em torno da arte, ele beneficia-se da figura que forjou como colecionador (desmerecendo, por vezes, aquilo que coleciona) para encobrir seu interesse escusos: o de circular por esferas de poder e distinção com desenvoltura e redefinir os rumos da dinâmica institucional.” ([ALVES, 10/10/2017](#))

próxima a ela, que estava adquirindo obras para uma compradora “x” e, no processo de composição da coleção, encontrou “*uma Mira Schendel*²¹⁹ *maravilhosa, a um preço fantástico, tipo oportunidade.*” Mas sua contratante “*disse que não queria [a obra] porque ninguém iria reconhecer que era uma Mira, porque ninguém conhece Mira.*” (id. *ibid.*)

Não sei se colecionar por *status* seja o caso de Renata Paula, que, como comentei acima, tem um Anish Kapoor em uma parede da sala onde oferece seus jantares, que aparece ao fundo dos retratos de pessoas que frequentaram suas recepções em diferentes colunas sociais. Também não sei se Ricard Akanawa, um colecionador brasileiro bastante ativo em suas aquisições, concordaria com tal colocação. Empresário do ramo turístico e imobiliário, que tem uma coleção com um perfil internacional e, dizem, é (ou ao menos já foi) alguém relativamente discreto ([GONÇALVES FILHO, 14/03/2003](#)), tem como a principal imagem de uma entrevista que cedeu ao *site* Larry's List uma [foto](#) ao lado de uma semiesfera metálica rosa do Anish Kapoor, entre dois quadros de [Cecily Brown](#), pintora britânica representada pela Gagosian Gallery. O trabalho em questão de Kapoor reflete (literalmente, ele é tão polido que é espelhado), uma obra de Adriana Varejão que estava posicionada em frente a ele. Em outra [imagem](#), na mesma entrevista, está atrás de Ricard um quadro de Beatriz Milhazes. ([LARRY'S LIST, 14/06/2017](#)) Adriana e Beatriz são as duas artistas brasileiras vivas mais caras da atualidade. As imagens foram cedidas pelo próprio Ricard ao *site* em que foram publicadas, e a escolha delas pode demonstrar muitas coisas, dentre elas, certamente, poder aquisitivo. E, se tratando de uma publicação internacional, capital financeiro para atuar no mercado global. “Poder!”, foi o comentário final de uma matéria do *site*/coluna social Glamurama, que cobriu uma festa de aniversário de Renata, ao destacar que o principal assunto da noite era “as obras de arte espalhadas pela sala de Renata, entre elas uma de Anish Kapoor e um móbile de Alexander Calder.” (GLAMURAMA, 04/12/2013)

Tive uma conversa sobre colecionismo e *status* com um historiador, curador e crítico de arte em 2015, durante a SP-Arte, para quem algumas pessoas milionárias começavam a colecionar com o objetivo de construir “*personas sociais, para se tornarem conhecidas em algum grupo em decorrência da coleção.*” Mas, a partir do processo de aquisição de obras de arte, “*se educavam.*” Ou seja, a própria relação com as obras de arte

219 Mira Schendel foi uma escultora, pintora, desenhista suíça radicada no Brasil considerada um dos grandes expoentes da arte contemporânea brasileira. Faleceu em 1988 e suas obras são muito bem valorizadas no mercado.

adquiridas e com as pessoas envolvidas no processo de compra das primeiras obras produziam conhecimento sobre arte – tal qual alguns colecionadores já narraram acima. Isso dependia, em alguma medida, daqueles que mediavam suas aquisições (do interesse em ensinar sobre arte) e do engajamento do próprio comprador de arte.

Na conversa que tive com Marcelo Secaf, ele afirmou:

Marcelo – *Eu, se fosse um ignorante total e quisesse investir em arte porque ganhei muito dinheiro, iria atrás de um art adviser com certeza.*

Dayana – *Por que um ignorante total iria querer investir em arte?*

Marcelo – *Porque arte é, na minha opinião, a última sofisticação que uma pessoa que tem poder hoje pode alcançar. Porque comprar carro, ir aos melhores restaurantes, viajar, ter avião, ter casa em ilha, coisa que eu vejo muito, tendo dinheiro, você consegue fácil.* (Marcelo Secaf, conversa registrada em junho de 2014)

Já a arte, pelo que compreendi, exige uma determinada *expertise* (muito embora me parece que gastronomia e aquisição de carros também), que pode ser contratada na figura de um *adviser* ou de um curador. Mas,

uma vez que você começa [a colecionar] e gosta, você não consegue parar de comprar. Aí você começa a entrar no universo da arte, aí você começa a comprar arte, conversar com artista, frequentando as galerias você passa a viver em torno daquilo. E é superagradável você viver em um ambiente em que você vê uma novidade, uma coisa colorida, que te agrada. Só que você vai ficando muito envolvido com as pessoas e um tipo de arte. E você vai ficando amigo dos artistas, você vai vendo que eles são pessoas muito observadoras, muito críticas, intelectualizados e tal. E isso torna o convívio [com eles] muito interessante. (Marcelo Secaf in conversa registrada em junho de 2014)

4.2.2 o olho e o ouvido do colecionador

No início de minhas investigações sobre o colecionismo, os colecionadores surgiam diante dos meus olhos como figuras solitárias, protegidos pelos galeristas e desconhecidos de grande parte dos artistas. Não via encontros de colecionadores, apenas falas individuais sobre suas coleções, sobre a prática do colecionismo, sobre seus institutos. Mesmo quando acompanhava bate-papos organizados em eventos, era cada um falando sobre si (e sobre colecionismo, e sobre coleções), muitas vezes respondendo, cada um em sua vez, perguntas do público e do mediador, mas trocando pouco ou nada entre si. Isso tinha a ver com o lugar de onde eu estava olhando, tendo acesso apenas a uma ou outra figura, com meu

desconhecimento sobre os conselhos aos quais alguns colecionadores se dedicam. Ouvia falar um pouco dos jantares entre atores do mercado, dos “jantarzinhos com colecionadores” comentados por alguns artistas – e às vezes ironizados em seus trabalhos, como é o caso das pinturas de [Carlos Contente](#). E alguns dos colecionadores com quem havia conversado, por mais que conhecessem outros colecionadores, tinham poucas relações com seus pares.

Na conversa que tive com o colecionador Diego Cassia, comentei que tinha a sensação de que os colecionadores eram figuras solitárias e que, nesse sentido, me parecia uma atividade um tanto quanto atomística. Diego reagiu:

Diego – *São e não são. Existe essa relação, mas ao mesmo tempo um colecionador não sai para olhar a coleção do outro.*

Dayana – *Mas e os famosos jantares entre colecionadores?*

Diego – *Não existem [da maneira como se imagina ou idealiza], é mais glamour. Eles fazem jantar, [...] mas não porque é colecionador, mas porque é o hábito dessa classe. Colecionador é classe rica e eles recebem muito.* (Diego de Cássia in diário de campo, dezembro de 2014)

Perguntei, ainda, se ele ia a esses jantares. Embora afirme que “*circula muito e tem muita entrada* [entre os atores do mercado],” disse que ia em um ou outro jantar, “*mas com certo desinteresse*”, que ia, olhava as coisas, mas que essa não era a prática dos colecionadores, que estariam interessados “*em discutir mais conceito. Eles ouvem muito. Por exemplo, a Rivane [Neuenschwander], ela caiu no gosto dos colecionadores. Todo mundo tem. Então os caras compram muito o que o outro compra.*” Afirmou, ainda, que os galeristas sabem disso, que acionam isso para vender e que, inclusive, dão descontos para certos colecionadores porque daí dizem na hora da venda: ‘ah, o Miguel [Chaia]²²⁰ comprou’, ‘ah, o José Olympio veio aqui e comprou 10.’” (diário de campo, dezembro de 2014)²²¹

Anotei a fala de um diretor de feira de arte e colecionador que ouvi em uma palestra certa vez que me foi bastante impactante e que tem a ver com o que apresentei acima na voz de Diego: “*Colecionador é como gado. Um compra uma obra, todos vão atrás.*” (diário de campo, 2014) E, no mesmo sentido, Fernanda Feitosa disse, como já citado no segundo capítulo, “*eu costumo brincar que colecionador é 10% água e 90% ciúmes*”. (in Semana de Artes Visuais da Faculdade de Belas Artes/SP, diário de campo, outubro de 2014)

220 Colecionador, pesquisador professor de Ciência Política da PUC/SP, pai da artista [Lia Chaia](#) (casada com o pesquisador, curador e crítico Cauê Alves).

221 No capítulo sobre a feira de arte; versei um pouco sobre isso ao falar sobre como experienciei a construção de discursos para vender obras de arte nas feiras de arte.

Quando Diego fala que colecionadores “ouvem muito”, ele está acionando uma prática comumente atribuída ao colecionador que colecciona por poder ou por status, que é “comprar com o ouvido.” Em algumas das entrevistas que fez com colecionadores em sua tese, Gomide pergunta: “você compra arte com o olho ou com o ouvido?” (GOMIDE, 2014, p. 431 e 510) E ao fazer essa pergunta pela primeira vez, explica, em nota de rodapé, que

Há uma convenção não escrita no mercado de arte que reza que o “olho” se contrapõe ao “ouvido”, sendo que comprar “pelo olho” quer dizer que o comprador gosta do que ele vê, dando pouca importância às opiniões que ele ouve sobre aquela determinada obra. Por outro lado, comprar pelo “ouvido” ou através de “orelhadas”, quer dizer que o comprador valoriza mais o que ele ouve sobre a obra do que o que ele vê. O comprador “de ouvido” seria uma pessoa mais influenciável, sem uma visão própria do que seria, segundo seus próprios critérios, uma boa arte. (GOMIDE, 2014, p. 432)

Comprar de ouvido pode se referir tanto à escuta de opiniões não especializadas sobre um determinado modo de colecionar, como à escuta (e aqui se inclui leitura) de falas especializadas (de críticos de arte, por exemplo), ao seguir modismos ou tendências, seja de colecionadores ou de instituições de arte. A ideia do olho também parece estar associada a algo fatídico, dado no objeto independentemente do contexto em que ele se insere. E a escuta, a aspectos sociais, externos à obra, envoltos naquele objeto (como se pudesse haver, entre nós, um objeto que não fosse social), expresso para além da relação entre a obra de arte e aquele que a frui.

Oswaldo Corrêa da Costa, um dos colecionadores para os quais Gomide fez a pergunta acima colocada, disse em determinado momento de sua entrevista com o pesquisador:

muitas pessoas acham que eu tenho algum poder de influenciar as pessoas, de fazer a cabeça das pessoas, que se eu vou e digo pra alguém: “ah, você já viu o trabalho de fulano? Ele é muito bom, muito bom, não sei o quê”, isso vai causar [...]Eu acho que alguns colecionadores têm esse poder, alguns críticos têm esse poder, alguns galeristas têm esse poder, mas você tem que convencer as pessoas que você tem um toque de Mídas, que você tem uma capacidade de ver coisas que os outros não veem. E isso tudo faz parte do jogo de convencer as pessoas, o que os artistas têm que fazer também, que os galeristas têm que fazer também. Então todo mundo está falando uma linguagem comum, de convencer o outro que você tem posse de algum dom, alguma faculdade privilegiada que os outros não têm. (Oswaldo Corrêa da Costa in GOMIDE, 2014, p. 441 e 442)

E respondeu à pergunta de Gomide:

Eu gostaria de pensar que isso é verdade, mas eu acho que não é. Não é verdade porque ninguém tem um “olho” próprio. Todo “olho” é resultado de muitas influências. As “orelhadas” viram “olho”, depois de um tempo. Então, se pessoas que você respeita ficam falando muito bem de um determinado artista, e você vai ver e você gosta desse artista, você se sente respaldado nesse gostar. Se você não gosta desse artista, você tem que ter a coragem de ir contra o que essas pessoas que você respeita pensam. “Orelhada” tem um impacto. Agora,... o “olho” acaba sendo influenciado pela “orelha”, a “orelha” pelo “olho”, enfim, eu acho que não dá pra separar os dois. (Oswaldo Corrêa da Costa in GOMIDE, 2014, p. 431e 432)

Alguns colecionadores interlocutores desta pesquisa concordariam com Oswaldo, outros não. Roberto Pavão afirma “*que a pior coisa que pode acontecer com um colecionador é ficar ouvindo e perder o seu feeling*”, após narrar a aquisição de “*obras de arte erradas*” levado pelo sucesso em que elas estavam fazendo contextualmente entre os seus pares. (diário de campo, 02/07/2015) Conta que, certo dia, teve uma discussão acalorada com uma artista, pelo que compreendi, decorrente de conflitos de ordem religiosa (ela era evangélica e ele ateu), que foi tão impactante para ele que “*a coleção parou.*” Roberto, que estava seguindo a artista e “*empolgado com seu trabalho*”, adquirindo várias coisas que ela produzia, fez uma pausa na coleção, reviu as aquisições que fez dessa artista. Deu tudo o que tinha dela para alguém, “*inclusive um trabalho que diziam que era muito bom.*” Segundo ele, “*nos anos 1990 era tanto blá-blá-blá que eu me perdi.*” (in diário de campo, julho de 2015)

Já outros colecionadores entendem que a escuta faz parte do próprio processo de aprendizado.²²² Para Marcelo Secaf,

222 Sabendo que estudava mercado de arte e estava me concentrando nos colecionadores e, portanto, pesquisando elite, um amigo achou por bem me presentear com uma espécie de manual de etiqueta intitulado *Cultura e elegância*, direcionado, segundo a orelha do livro, àquele “que dedicou um tempo enorme em ganhar a vida e se dá conta que perdeu alguma coisa pelo caminho.” É um passo em direção ao “processo civilizador” e pretende auxiliar o leitor a adquirir “uma elegância espontânea [...], um modo de viver, uma maneira de estar no mundo com estilo próprio”, o que estaria intimamente atrelado ao “interessar-se por cultura”, conforme coloca a psicanalista Eleonora Rosset na apresentação do livro (ROSSET, 2015, p.11). O livro traz pequenos artigos sobre o que se deve ler, ouvir e ver (além de viagens a fazer e modos de se vestir, se comportar e receber). No que tange à pintura (que é a parte que diz respeito às artes visuais), a arquiteta e historiadora da arte Marialice Pedrosa escreveu um capítulo que é uma espécie de resumo da história da arte e destaca que além de sensibilidade é preciso conhecimento e olhos livres. “É preciso, primeiramente, aprender a ver.” Para isso é preciso visitar museus, galerias, assistir palestras, ler sobre história da arte, ir a bienais e etc. (PEDROSO, 2015, p.125). Ela fala de uma “educação do olhar”, que passa por ver obras de arte e escutar (ler) sobre elas.

Marcelo – [...] *quando você começava a observar que os artistas eram unânimes em relação a um outro artista, que todo mundo gostava, isso era sinal de que aquele artista fazia um trabalho interessante. E isso foi meio um aprendizado. Se você ouve que hoje um artista vale “x” e o outro “y”, é uma coisa mais ou menos por aí, de agradar a maioria, ou um grupo de pessoas, curador, instituição, museólogo, artista [...]*

Dayana – *Então era uma observação das obras, mas também a observação dos outros sobre os trabalhos?*

Marcelo – *Acho que sim. É um aprendizado. E daí você desenvolve seu modo de pensar aquilo. (Marcelo Secaf in conversa registrada em junho de 2014.)*

Em outro momento da conversa, Marcelo exemplifica como o trabalho de Leonilson se transformou diante de seus olhos, apesar de tê-lo adquirido sem inicialmente ser “grande fã da obra dele”:

Leonilson era muito meu amigo. E sabe o que é engraçado? Eu nem era um grande fã da obra dele. Mas eu achava ele tão genial e as pessoas falavam tão bem dele, que eu falava “não, eu compro a obra dele.” [...] Até eu convivendo com ele não tinha uma maturidade... Você nunca está com a maturidade completa no momento que você faz a aquisição ou aquela posse, é uma coisa que vem junto com a [convivência com a obra...] Lógico que volta sempre aquela história: se você tem um caminhão de dinheiro, a sua escolha não vai ser afetiva nem nada. Você vai comprar um [Jean-Baptist] Debret, um trabalho importante que diz alguma coisa, mas você sente que aquilo lá é bom, é importante. Mas se você tem, acho que você vai pela onda, pelo que está acontecendo no momento. E isso que eu acho bacana do colecionismo. [...] As pessoas que iam em [minha] casa gostavam, perguntavam e começavam a se interessar por arte, eu tentava influenciar para os artistas que eu gostava e que eu achava importantes e tal, isso para quem me consultava. (Marcelo Secaf in conversa registrada em junho de 2014.)

A fala de Marcelo traz dois aspectos interessantes. Primeiro, que o “ir na onda” e adquirir artistas que estão repercutindo entre os seus em determinado momento, em uma coleção de arte contemporânea, pode ter um aspecto positivo por ajudar a compor uma coleção que, de certa forma, registra aquele contexto artístico que o colecionador está vivendo. Isso, em si, pode fazer parte da lógica e coerência da própria coleção. Oswaldo Corrêa, quando perguntado sobre o que diria a um colecionador iniciante, respondeu:

Eu diria primeiro absorva o que que é o gosto, vamos dizer assim, o que que é o gosto dominante. A maneira de você fazer isso é visitando os principais museus, ou do país onde você vive e, se possível, de Paris, Londres, Nova Iorque etc. Absorva os cânones. Aprenda a ver, absorva tudo que o você vê, internalize isso, introjete... isso passa a ser a tua maneira de julgar se um objeto é bonito ou não. E aí encontre artistas no seu meio social que esse seu

olho gosta, procure ficar amigo desses artistas e procure colecionar obras deles em condições vantajosas por causa dessa amizade que você tem com eles. (Oswaldo Corrêa in GOMIDE, 2014, p. 441)

O outro aspecto apontado na fala de Secaf é a ideia de que as escolhas de uma coleção podem – e muitas vezes efetivamente passam – por relações afetivas. Na introdução desta tese, Manoel falou de coleções de artistas, formadas afetivamente, o que está diretamente relacionado ao contexto no qual o artista se insere, como algo que difere de uma coleção *coleção* (que seria correspondente à coleção *séria*, ou *de verdade* a que alguns colecionadores se referem), formada por uma intenção colecionista. A fala de Secaf (dentre outras) problematiza essa percepção de Manoel, uma vez que coloca lado a lado a intenção colecionista e afetos.

4.2.3 o encontro com o outro e a negação do colecionador “de coluna social”

Eduardo Barella afirma que a troca dele e de Camilla com outros atores das artes visuais,

foi algo transformacional na minha vida e na nossa vida. Às vezes a gente se pergunta o que que seria da nossa vida se não fosse a arte, porque o negócio é muito intenso. [...] E eu acho que a gente tem a sorte de ter a generosidade de muita gente muito legal do meio. Porque a gente também quer ser generoso com essas pessoas, essa troca é uma coisa muito rica e das mais gostosas. [...] Eu costumo dizer que colecionar me tornou uma pessoa melhor, porque acaba sendo um universo de convivência com pessoas tão diferentes do meu universo, que me faz refletir sobre muitas coisas (Eduardo Barella in FOLLOW ARTERIAL, 18/05/2016)

Os encontros com os outros através da prática do colecionismo têm faces que escapam àquelas expostas nas colunas sociais, mesmo passando por elas. Por vezes os holofotes, a autopromoção e exposição estão diretamente relacionados à produção de capital simbólico e arrecadação de montantes financeiros que serão investidos em arte e não necessariamente na própria coleção, mas em instituições ou museus. Se coleções são humanos, instituições e obras em relação, essas relações se dão de diferentes modos. Mas, ao menos parte das relações envoltas no colecionismo tende a ser intensa e, enquanto tal, tem suas agruras.

Quando conheci Roberto Pavão em 2012, durante um ciclo de palestras na feira ArtRio e perguntaram ao público se havia um colecionador ali presente, ele parou um instante, olhou para os lados e lentamente e discretamente sinalizou que ele era um. Esse lugar

do colecionar parecia um tanto quanto desconfortável para ele – e o pareceu ainda mais quando, na saída da feira, o encontrei no ponto do ônibus indo para o lado de Botafogo, bairro onde eu também estava hospedada. Aquele encontro inusitado (e que me mostrou, pela primeira vez, que nem todos os colecionadores são hiper-ricos e/ou ostentam suas posses publicamente), perpassado por um certo desconforto, levou a conversas que tivemos no percurso do ônibus, outra no dia seguinte e a duas visitas nos próximos anos. Roberto me disse certa vez algo que me parecia versar sobre o incômodo que ele expressou naquela que foi a única edição da ArtRio que visitou:

Esse negócio de dizer “sou colecionador”, você tem que tomar cuidado com isso. Porque aí eles querem meter o pé. O artista diz: “Ah, você é colecionador? Então venha ao meu ateliê, você tem que ver meu trabalho e não sei o quê” [...] Mas, aí você leva umas cacetadas e perde a bestice na mesma hora [...] Depois que você faz 50 [anos] você é outro, [...] você vai perdendo a pose, vai ficando mais humilde, fica menos arrogante. [...] Você não tem tanta certeza, o relacionamento com as pessoas fica mais relativo, você relativiza muito. (Roberto Pavão, fala registrada em diário de campo, outubro de 2014)

Roberto diz ser recebido, de uma maneira geral, muito bem pelos artistas, mas houve desentendimentos que foram significativos na história da coleção (como já colocado acima). Perguntei a ele se seguir um artista era como uma relação amorosa. Disse que, no caso dele, “já foi”, que “gostava disso”, mas que “hoje não mais”. (diário de campo, julho de 2015) Roberto conta, ainda, que ficou muito encantado no final dos anos 1990 com todo “assédio”, “glamour”, “badalação” envolto na prática do colecionismo. Até que, em determinado momento, diz ter deixado “de ser besta.” Disse também ter se “desiludido com as galerias, que vendem um projeto de contemporaneidade e na verdade aquilo é sobre números.” (id.ibid.)

Luiz Augusto Teixeira de Freitas contou, na ocasião de sua fala na SP-Arte/2012, sobre as reflexões que fez mediante o convite que recebeu, em 2011, para expor parte de sua coleção em uma mostra de arquitetura:

Luiz Augusto – Eu me impressionei muito quando surgiu, no ano passado, essa oportunidade de fazer a exposição e de praticamente tudo, quase 100% da exposição, ser financiada por dinheiro público [...] Eu me questionei muito se queria ter essa visibilidade [...] Hoje, conhecendo um pouco mais o colecionismo, isso é uma coisa que eu pretendia eventualmente fazer aos 80 anos, que meus filhos fizessem. Mas não tinha nenhuma intenção de mostrar minha coleção em um museu como coleção. Emprestar obras pontuais era

*uma coisa sem nenhum problema. Mas essa coisa do ego do colecionador, do nome da coleção, isso é uma coisa [...] que nunca gostei muito. Mas, Adriano [Pedrosa] contestou dizendo que a coleção tinha um papel muito institucional, talvez até mais forte institucionalmente do que nós imaginávamos que teria no princípio [...] Ele entendia que isso estava sendo feito por uma instituição, não estava sendo feito por nós. Não era uma questão de eu próprio me financiar para me mostrar, “olha o que eu fiz, olha aqui as minhas obras, sou bom para caramba, tá aqui 10 anos de obras que foram colecionados por mim.” Era uma coisa de uma exposição dentro da Bienal de Arquitetura. Então ele me convenceu que isso poderia ser feito pontualmente e **depois nós poderíamos guardar de novo, esconder, pelos próximos 20 anos**²²³ e aí sim [...]*

Adriano – *A exposição era organizada pela Bienal de Canárias [... Luiz tentava] escapar da exposição, da vaidade do colecionador para botar seu nome, mostrar ali seu percurso. Eu sempre achei que a exposição poderia desempenhar um papel mais acadêmico, mais crítico, mais investigativo sobre a relação entre arte e arquitetura. (Luiz Augusto Teixeira de Freitas e Adriano Pedrosa in SP-ARTE, 26/06/2012)*

Luiz Augusto contou, nessa mesma conversa com Adriano, que não tem mais o mesmo interesse (nem a necessidade) de participar nas práticas sociais relacionadas ao colecionismo que teve dez anos atrás. Para ele, é um ato de resistência restringir sua presença a algumas das muitas feiras resultantes do crescimento hiperbólico do mercado. Afirmou, ainda, que sua coleção não é fácil nem esteticamente complacente, que é alheia às armadilhas do mercado.

Four or five years ago I started to get disappointed, even frustrated, with all the things going on around us in the art world, the speed at which things are evolving, the absurd number of art fairs all around the world and the many places demanding our attention. I really wanted to slow down, and this feeling came to me in the same moment I was questioning myself as a collector as well. I wanted to have the time, for instance, to look at artists' books, which I wasn't really aware of and now I am in love with. I thought this was something that I could explore, trying to think in a different way. The books themselves obliged me to be more focused and think about what is present, instead of what will come next. I've started this with my daughter Luiza, who is a curator and was interested in this subject matter too at that time. So we opened a new section in the collection, also including ephemeras and archival documents. (Luiz Augusto Teixeira de Freitas in PIROVANO, 16/05/2016)

223 A ideia de que as obras de arte são escondidas pelos colecionadores não é incomum nas artes visuais. E escondidas não apenas da vista daqueles que não frequentam suas casas, mas escondidas de suas próprias vistas: durante a pesquisa, ouvi algumas narrativas sobre obras guardadas em galpões, por exemplo. Segundo a editora de arte Jan Dalley, “com a elevação dos preços e o crescimento do internacionalismo, o aparentemente desinteressante campo da estocagem de obras de arte se tornou muito significativo.” (05/01/2018)

No capítulo anterior, falei sobre colecionadores que trocam mais intensivamente com outros colecionadores, frequentam as casas uns dos outros, visitam juntos ateliês de artistas. E colecionadores que pouco conhecem seus pares no mercado de arte, mas se relacionam intensamente com galeristas e artistas. E, ainda, aqueles que preferem se relacionar com os artistas aos galeristas, outros preferem ter uma certa distância dos artistas. Alguns colecionadores performam seu papel de colecionador aos olhos não apenas de seus pares, mas da grande mídia, como é o caso de José Olympio Pereira. Outros preferem colecionar mais silenciosamente. Sem contar as relações estabelecidas com os próprios objetos adquiridos que, como pretendo explorar com um pouco mais de profundidade nas próximas páginas, parecem ser, por fim, o ponto cabal que torna o colecionador um “coleccionador de verdade” da perspectiva de meus interlocutores. Opto por encerrar essa seção, já apontando a próxima, com uma pequena fala de José Olympio Pereira que resume, em grande medida, o que foi trabalhado aqui: **“tão bom quanto colecionar é o processo de colecionar.** Comprar arte, se interessar por arte, não é só comprar e ter o objeto. É estudar [...], é ler, visitar museu, conversar com gente que está interessada, é fazer curso, é participar do Núcleo Contemporâneo, visitar ateliê etc.”(José Olympio Pereira in ARAÚJO, FRIEDMAN, 04/02/2015)

4.3 conhecimento e paixão

Quando escutamos os colecionadores, muitas outras atividades aparecem em seus discursos, diretamente relacionadas ao colecionismo, para além do momento da compra e da venda das obras de arte. Durante conversas com artistas e alguns outros atores das artes visuais sobre os colecionadores, essas figuras parecem pessoas que vêm de outros contextos e, de passagem pela arte, trazem recursos e em troca, levam obras ao lugar a que pertencem, tirando-as do contexto da arte e as escondendo em suas casas.²²⁴ Mas, muitos colecionadores

224 É possível que esta percepção esteja atrelada ao contexto de onde venho, no qual, muitos acreditam, como uma artista e arte educadora chamada Glaucia comentou em uma palestra sobre mercado de arte, ter “5 colecionadores no Paraná. [...] Temos grandes empresários que querem investir em arte mas que estão muito ocultos, estão ligados com algum galerista e algum marchand e não querem aparecer.” (diário de campo, abril de 2015)

se consideram pertencentes ao contexto arte. Um deles é Neuber Siqueira, que afirmou para Adriano Gomide que seu “meio é a arte.” E complementou: “hoje, [seus] amigos todos são artistas ou colecionadores.” (2014, p. 319)

Nas linhas acima, versei sobre como alguns colecionadores dedicam seu tempo a encontros com outros atores do mercado de arte e às instituições com as quais colaboram (ou às próprias instituições que abriram). Vimos que isso tem a ver com ocupar lugares de visibilidade e de poder dentro de determinado contexto, do tornar-se alguém em certo meio, o que se dá a partir da capacidade de fazer conexões entre pessoas, coisas e instituições e, em parte significativa dos casos, de mobilizar recursos em prol dessas entidades. Mas tem a ver, também, com a construção de conhecimento, de uma *expertise* em arte e, mais especificamente, da “arte do colecionar”, do adquirir obras de arte. Como afirmou a consultora Julie Belfer em uma palestra que proferiu em Curitiba, “*arte é pesquisa e envolvimento*. (diário de campo, abril de 2015)

Alfredo Setubal diz que

o mercado de arte é para mim o meu hobby. Quando eu não estou no banco, eu estou no mercado de arte. Visito galeria, vou visitar museus, tenho reuniões nessas entidades. É um mundo que eu gosto de conviver. Eu convivo com artistas, eu convivo com curadores, eu convivo com colecionadores. É muito prazeroso ter essa atividade paralela e poder, de uma certa maneira, ajudar essas entidades a captar recursos para manter sua programação, manter seus acervos.

[...]

Se você quer ter uma quantidade de obras relevantes, [...] tem que se dedicar. Tem que ler, tem que estudar, tem que desenvolver o olhar. Visitar museu, visitar galeria, viajar [...]. Tem que desenvolver o olhar daquilo que você gosta e daquilo que você acha que é uma tendência, que vai influenciar outros artistas. Quem vai fazer uma coleção tem que ficar um tempo razoável circulando pelo circuito [da arte que coleciona]

[...]

Eu, pessoalmente, sempre estudei muito, eu leio muito, visito, converso muito com os marchands, com as galerias. Eu acho que você tem que se dedicar ao assunto, não é uma coisa assim só de comprar o que você gosta porque é bonito ou aquilo te pega de certa forma. [...] Se você quer fazer uma coleção, você precisa conversar com curadores. E eu acabo tendo acesso via Itaú Cultural, via a coleção do próprio banco. Com as entidades que eu participo eu acabo tendo essa oportunidade de conversar com curadores. Agora, se você quer fazer uma coisa para você, tem que ter marchands, galeristas da sua confiança. [...] Eu acho que você não pode viver só da intuição do seu palpite.

[...]

Tem coisas que você olha e te pega de cara, porque você já sabe que aquilo é bom. Você conhece o artista, você conhece a obra, você rapidamente

percebe [...] acho que tem sim essa expressão “olho do colecionador”, ela é válida, mas ela não é 100% de acerto. O olho erra também. Mas a pessoa focada, que estuda, que gasta o tempo, desenvolve o olho: você vê a obra de um artista que você gosta e você sabe se é bom ou não é bom. (Alfredo Setubal in SP-ARTE, 2013)

Se estar dentro dos conselhos dos museus e envolvido em outras atividades dentro dele é uma forma de construir conhecimento, a leitura de livros sobre arte, por exemplo, também é tida como uma forma de construir conhecimento sobre arte – Eduardo Brandão ofereceu livros para que seu visitante curioso, futuro colecionador, lesse antes de adquirir algum trabalho na galeria. Oswaldo Corrêa diz que suas principais fontes de informação, “disparadas”, são “os livros e as visitas aos museus e galerias [...]. Eu diria que 40% livros, 40% museus e galerias e o resto conversas.” (in GOMIDE, 2014, p. 434) Mas a maior parte das pessoas destaca outras fontes principais de informações: conversas, cursos e visitas a museus e exposições.

Ana Carmen Longobardi diz que, enquanto alguém que queria adquirir arte, foi “*atrás do aprendizado*”:

Eu comecei a participar de workshops. Desde que eu parei de trabalhar com a publicidade, eu comecei a viajar com grupos sérios para aprender. Então não é simplesmente consumir, comprar e colecionar. É aprender para ter um critério, aprender para saber o que se passa, conhecer os artistas. (Ana Carmen Longobardi in ITAÚ CULTURAL, 04/02/2013)

Segundo Márcio Fainziliber, no processo de aquisições para uma coleção,

*o importante, no final das contas, é você comprar sempre a melhor obra de arte possível. Você comprar uma obra representativa, comprar obra de um artista sólido, consistente e, mais do que tudo, uma obra que te dê prazer. Se você compra cedo uma obra de arte, você vai comprar mais barato, essa obra pode ser menos representativa e ter menos qualidade. Se você deixa para comprar a obra mais tarde, ela pode ficar cara demais, você pode nem ter [mais] acesso à obra de arte, mas ela pode ser mais representativa e ter mais qualidade que mais que 90% das obras de arte e dos artistas que vão desaparecer ao longo do tempo. E isso requer um bom olho, requer sensibilidade, mas requer principalmente, muito trabalho – principalmente para quem faz tudo isso sozinho e não tem curadores. **Só existe uma única regra, a meu ver: visitar, visitar, visitar.** [...] Visitar significa visitar bienais, visitar trienais [...], visitar Documentas, visitar galerias, museus, artistas, colecionadores [...] E tentar, a longo prazo, ter mais acertos do que erros. Todo mundo tem erros [...] E o que eu entendo como erro? [...] Comprar uma obra que depois você vê que não se encaixa em sua coleção. É você comprar uma obra e depois o artista não evolui. É você comprar uma obra*

menor de determinado artista, ou comprar uma obra pouco representativa.
(Márcio Fainziliber in SP-ARTE, 10/04/2015)

Um outro “erro” passível de um colecionador cometer durante o processo de aquisição de uma obra de arte, é pagar um preço por uma obra de arte que, mesmo sendo considerada uma boa obra de arte, seja desproporcional ao preço do artista no mercado. E, para evitar esse erro, ter informação também seria o caminho. Segundo Fernanda Feitosa, “quanto menos informado é o colecionador, mais fácil é vender qualquer coisa a qualquer preço”. (in Semana de Artes Visuais da Faculdade de Belas Artes/SP – caderno de campo, outubro de 2014) E o marchand Jonas Bergamin completa: “ou você tem conhecimento, ou você confia. A não ser que seja um mercado muito estabelecido” (Jonas Bergamin in ASSIS, L. S. 07/05/2015), onde os artistas são mais caros, mas há menos possibilidade de erros. Para Fernanda,

um bom colecionador é aquele que se dedica para conhecer mais sobre o que ele está se propondo a colecionar. [...] Tem que saber o que você está colecionando, quais são os artistas, ter na biblioteca para você consultar se aquele artista esteve presente em “n” ou “x” mostras, ler alguma crítica que tenha sido feita a respeito daquele artista, acompanhar a carreira daquele artista [...] Dá trabalho, mas é possível fazer isso. (Fernanda Feitosa in Semana de Artes Visuais da Faculdade de Belas Artes/SP, diário de campo, outubro de 2014)

“Ter na biblioteca” pode ser colecionar, para além das obras de arte, informações e documentos a respeito das obras e de seus artistas.²²⁵

Justo Werlang encaixa-se exatamente neste perfil. O contato mantido com seus “colecionáveis” é frequente e as fronteiras entre o formal e o informal deixam de existir. Sua interação com os sujeitos e objetos de seu acervo não é uma mera transação comercial, mas uma tentativa permanente de compreender a origem de suas criações, seu desenvolvimento e o sentido que eles apreendem do mundo e ao mundo devolvem, na forma do objeto artístico. É por esse motivo que fazem parte da coleção Justo Werlang não apenas as obras concluídas, mas os documentos que levaram a sua confecção. Esboços, esquetes, diagramas, poemas, anotações ou simples reflexões, ainda amorfas, são, para ele, tão importantes quanto o ponto final.

225 E por vezes a coleção de livros, textos e documentos sobre os artistas vêm antes da própria coleção. O colecionador de gravuras George Kornis, por exemplo, afirmou “Nossa coleção [de George e de sua esposa Mônica] começou pela formação e leitura de uma biblioteca especializada em história da arte e de gravura, em particular. Só depois é que ela foi ocupando as paredes, as gavetas e todo o espaço possível.” (in DASARTES, 10/06/2012)

Aliás, neste terreno fluido tão bem representado pelos contemporâneos, o fim não existe. ([GUSMÃO, 19/03/2017](#))

Tanto na fala de Márcio Fainziliber como na de Alfredo Setubal aparecem viagens/visitas a museus e exposições em outros países como uma importante fonte de informação. E o viajar para ver arte em outros países aparece recorrentemente e de forma destacada na fala de muitos colecionadores quando versam sobre como se informam sobre arte, como constroem seus olhares e parâmetros para adquirir obras – por mais que repita-se dentro do mercado de arte que grande parte dos colecionadores brasileiros “só compram artistas brasileiros”, mesmo quando viajam para visitar feiras de arte em outros países. Embora alguns colecionadores brasileiros colecionem exclusivamente arte brasileira e a maioria esmagadora das obras adquiridas pelos colecionadores brasileiros seja de artistas brasileiros,²²⁶ dizer que os colecionadores brasileiros só colecionam arte brasileira é uma hipérbole. Há algumas boas exceções de colecionadores que se interessam e adquirem artistas de outros países, como o próprio Bernardo Paz e seu Instituto Inhotim; Silvio Frota e sua coleção de fotografias; o casal Barella, como já foi mostrado em falas anteriormente citadas nesta tese.

No que tange às viagens para ver arte, João Carlos Figueiredo Ferraz, declarou:

Eu viajo bastante e procuro visitar todos os museus possíveis, mas o MoMA é a minha catedral. Eu digo que é o único lugar que eu ajoelho no mundo é no MoMA. É minha catedral mesmo, mas eu gosto muito da Tate [Inglaterra], do Beaubourg [Centre Pompidou] em Paris. Tem um museu, que eu adoro, que se chama Louisiana, na Dinamarca, que é maravilhoso. Tem um jardim lindo. Perto de Copenhague, que fica a uma hora de Copenhague. É lindo. Então tem vários, vários, vários museus. E aí vem os clássicos, o [Prado](#) [Espanha], [Metropolitan](#) [Nova Iorque], enfim...(João Carlos Figueiredo Ferraz in GOMIDE, 2014, p. 389)

Ir atrás da arte torna-se um modo de percorrer o mundo e passa a pautar viagens – o consumo de arte mobiliza outras indústrias relacionadas ao setor do turismo. Ana Carmen afirma que fez “*viagens incríveis*” tendo a arte como elemento motivador. (in ITAÚ CULTURAL, 04/02/2013)

226 Trata-se de uma característica comum, segundo a literatura que versa sobre o mercado de arte, em grande parte dos países – o que, inclusive, é parte da explicação de como China e Brasil tiveram um crescimento virtuoso de seus mercados em tempos de relativa estabilidade econômica frente ao contexto da crise mundial de 2008.

Em seu texto publicado na coletânea *Arte e Mercado*, construído a partir de entrevistas com atores das artes visuais, a arquiteta Silvia Finguerut, a historiadora Manuela Fantinato e o gestor Irineu Frare afirmam que

visitas a museus e exposições e a proximidade a coleções particulares parecem ter sido elementos presentes na formação [dos colecionadores contemporâneos]. Se alguns procuram conhecer e desenvolver relações com artistas cujas obras compõem seu acervo, outros preferem restringir seu contato aos livros. A aproximação intelectual, no entanto, é comum a todos. Participam, portanto, de um seletivo grupo de conhecedores que compartilha uma teia de relações que se retroalimenta do próprio conhecimento gerado e circulado pelos muros imaginários que os cercam e dividem do público comum. (FINGUERUT; FANTINATO; FRARE, 2016, p. 93)

Ou seja, um conhecimento que os distingue das demais pessoas e através do qual esses colecionadores se autossegregam de alguma forma, da perspectiva dos autores citados.

Mas informação, pesquisa, conhecimento não estão sozinhos nos discursos dos colecionadores no que tange ao processo de escolha das obras de arte a serem inseridas em uma coleção. A emoção, o prazer e a paixão estão juntos com esses primeiros. E os colecionadores, de maneira geral, articulam esses aspectos “racionais” e “passionais” a tal ponto em suas falas que é difícil versar sobre os primeiros sem falar sobre os segundos. No início do processo de análise dos discursos dos colecionadores para compor esta tese, separei em diferentes colunas de uma planilha as falas relativas a uma esfera e à outra, destacando e repetindo nas duas colunas as falas que referiam-se a ambas esferas. O que aconteceu foi, quando um trecho de fala não tinha continuidade na outra (e vice-versa), o mesmo trecho de fala era repetido em ambas colunas que, conseqüentemente, ficaram com conteúdos muito próximos. Ou seja, não havia sentido em desconectar analiticamente razões e paixões.

Para João Carlos Figueiredo Ferraz, em um primeiro momento, a obra de arte “tem que te passar alguma emoção. Aquele primeiro contato, ele tem que ser forte. [...] A partir daí, o conhecimento que você tem do artista, o conhecimento que você tem do período de... da época da obra e tal, ele te dá mais embasamento pra você gostar ou não.” (in GOMIDE, 2014, p. 411) Inclusive, João diz que tem certeza de que a arte é para uma “elite de sensibilidade.”

É uma elite de sensibilidade, não é financeira. Tem pessoas que têm dinheiro e a vontade e não têm a mínima sensibilidade, não gostam de arte, e têm pessoas as mais simples do mundo, vêm aqui e batem na porta “ah, eu gostaria de visitar” e a gente abre as portas todas e eu fico emocionado, às vezes, de ver essas pessoas, crianças que chegam, que vêm da área rural, que nunca tiveram contato com nada chegam aqui e se surpreendem, que têm uma sensibilidade enorme então acho que nasce com a pessoa. (João Carlos Figueiredo Ferraz in GOMIDE, 2014, p. 414)

Aliás, João afirma que nunca vendeu uma obra de arte porque “não se vende uma paixão.”(id. ibid.) Por um caminho semelhante ao de Figueiredo Ferraz parece ir Silvio Frota, que quando começou sua coleção de fotografias passou

“a estudar fotografia, a frequentar galerias e museus ao redor do mundo e a ler tudo sobre o assunto. Assim comecei a ver a coisa de uma maneira diferente” conta Silvio, hoje com 63 anos. Sua família já se acostumou com sua curiosa paixão. “Ele é um tarado por foto”, define o filho Rodrigo Frota. ([AZEVEDO, 22/03/2017](#))

Segundo o antropólogo fotógrafo Fernando de Tacca,

Silvio Frota, colecionador, é um obcecado pelo fotográfico e segue seus instintos, mas ao mesmo tempo pondera suas negociações, estudando e conhecendo o mercado de arte no Brasil e no exterior; portanto, não age deliberadamente pelo desejo único de possuir uma obra. Deixa seus instintos aflorarem de imediato, pela sedução da imagem, e mergulha no entorno da imagem que o convence, procurando um lugar de autoria para além da imagem síntese, e, sim, de um processo de olhar do fotógrafo; por isso, sua coleção é pautada por conjuntos de fotografias. O primeiro contexto da sedução também é relativizado pela imersão que possui como empresário e homem de negócios, que conhece os caminhos da negociação, e uma imagem pode esperar algum tempo para compor o ensaio que procura de um determinado fotógrafo; seu estado de espera, como um caçador de faro aguçado por imagens, faz parte do processo de construção de sua coleção. (TACCA, 2014, p.120)

De acordo com Luiz Augusto de Freitas Teixeira, para fazer uma coleção é preciso, “*first of all, passion. Then research, study, independence. And, trying to collect things that are bound to stay; even if we all know that a great percentage of what is produced today will not even survive 20 years time. And [...] being very skeptical of beauty. Beauty can be a trap.*” (in PIROVANO, 16/05/2016) Nem todos os colecionadores concordariam com Luiz, muito embora essa ideia de que a beleza possa não ser um caminho para escolher obras de arte contemporânea já tenha aparecido na voz de outros colecionadores ao longo desta tese.

Já Eduardo Brandão duvida um pouco dessa primazia: “*a questão passional é relativa, porque eu leio sobre arte desde moleque. Com a história e o interesse grande fica difícil ser só passional. Você trabalha com mais ferramentas do que isso.*” (in GALERIA MIGUEL NABINHO, 27/01/2011) Em outra fala, Eduardo complementa essa ideia, pensando na própria prática como galerista.

De vez em quando eu acho que, inclusive, preciso ter mais distância de algumas obras, porque fico muito envolvido, um pouco passional demais com aquilo ali e perco um pouco a distância. Acho que para quem está comprando, para o colecionador, quando você está muito envolvido com aquela obra é ruim, você perde uma certa crítica sobre o trabalho. Uma visão crítica. E esse é o meu jogo do dia a dia, não perder uma visão crítica do trabalho que eu represento e muitas isso vezes acontece. Mas eu me delicio também com isso. Eu adoro quando eu fico apaixonado por uma ideia, eu acho que isso movimenta. (Eduardo Brandão in ITAÚ CULTURAL, 04/02/2013)

Mas, retoricamente, em se tratando de paixão pela arte, poucos colecionadores são tão moderados quanto Eduardo. A paixão, o prazer e a primazia destes lideram as justificativas para a aquisição de uma obra. Para Bergamin, é preciso “*comprar uma obra de arte que te dê prazer ou repulsa, porque repulsa também me deixa excitado. A obra de arte tem que excitar de alguma maneira a pessoa. Ao menos 50%, no resto vem investimento e outras coisas*” (in ASSIS, L. S. 07/05/2015) .

Marcelo Secaf diz que, na escolha da aquisição de uma obra: “*I always follow my heart, buying what I like most or what captures my attention.*” (in LARRY'S LIST, 03/09/2013) Esse capturar a atenção, me parece, tem a ver com “*arte que chama pelo pictórico, pela retina, e não pelo conceito, pela formalidade e qualquer coisa desse gênero.*” (conversa registrada em junho de 2014)

Para Juliana Raiter, o encontro com a arte pode ser algo lisérgico.

E se eu gosto, ela [a obra] brilha de um jeito diferente. Quando você está apaixonado, [tem] a ocitocina e as coisas ali dentro, você vê cores de uma maneira diferente [...] É mais ou menos isso que acontece comigo. E me emociono porque, além de elas [das obras] se comunicarem, elas me dizem coisas. É muito bom quando eu chego em casa, muitas vezes, que tá todo mundo dormindo [...], eu fico passeando. Uma hora me acalma, outra hora me dá um conforto. Ao mesmo tempo não dá conforto, dá uma alegria, ou dá um arrebatamento. (Juliana Raiter in diário de campo, março de 2017)

Neuber Siqueira diz que arte não é um lazer para ele. “É minha vida mesmo. Eu adoro.” (in GOMIDE, 2014, p. 327) Conta que “vira uma cachaça, né? [...] A minha vida toda gira em torno de arte. Eu sempre gostei muito e procuro sempre ficar perto, sabe?” (id. *ibid.*, p. 316 e 317) Neuber enfatiza, ainda, a intensidade da sua relação com as obras que possui: “Morro de ciúmes das minhas coisas. Meus quadros são meus filhos. Conheço todos, me lembro de todos.” (id. *ibid.*, p. 319)

Para além da metafórica picada do inseto e a doença arte transmitida por ela (já mencionada nas falas relativas ao jantar do MASP para lançar seu programa Jovem Patrono, e sobre a qual ouvi falar algumas vezes em campo), a associação, pelos próprios colecionadores, da prática do colecionismo a alguma afecção psicopatológica é bastante comum. Muitos afirmam que é um vício, como é o caso de Marcelo Secaf (in LARRY'S LIST, 03/09/2013), de Sérgio Carvalho (diário de campo, junho de 2015) e tantos outros colecionadores. **Cleusa Garfinkel**, colecionadora, dona de uma seguradora, figurinha carimbada em feira de arte e uma das principais doadoras de obras para instituições nacionais através desse tipo de evento, declara: “o que é colecionar? É um vício. Você pode ter um vício em Coca-Cola, em outras coisas, e também por arte. Esse é o meu: vou a museus, a feiras, conheço os artistas, ajudo no possível etc.” (in [NORBIATO, 14/04/2014](#)) “Sou completamente alopurada. Eu gosto, eu compro. Depois vejo no que dá no futuro. Às vezes eu troco depois. Eu faço comodato na casa do meu filho, da minha filha, vou pondo obras lá. Mas quando eu tiver a minha fundação, reúno tudo novamente.” (in [STRECKER, 04/11/2013](#))

João Carlos diz que depois de comprar sua primeira pintura, ele “pegou a doença de comprar arte, ela foi se alastrando, alastrando... Virou vício. E passou a incluir escultura, objetos, gravura, desenho, instalação, fotografia, videoarte...” (in MORAES, 2014, p.176) E como vício, o colecionismo está atrelado a uma eterna insatisfação: é preciso sempre comprar mais. Fernando Gil, que adquire obras principalmente pela *internet*, me disse: “*Tem uma coisa nesse tipo de coleção que é a seguinte: é o mesmo prazer de colecionar figurinha. [...] O impulso e o prazer é o mesmo, mas é um álbum que você não completa nunca. [...] Você nunca está contente, tem sempre uma figurinha que está faltando. [...]*” (diário de campo, janeiro de 2015) Segundo Ana Carmen Longobardi,

uma coisa que todos vão ouvir de um colecionador é que [a aquisição] é uma coisa que você não para nunca. Você diz todos os dias: “gente, eu preciso parar. Não, já tá ótimo, não tenho mais espaço.” Ai você descobre um novo trabalho, um novo processo. É um risco visitar, às vezes, a galeria,

porque você chega e “nossa, não conhecia isso.” Você começa a sonhar com um novo trabalho, um outro artista etc. (Ana Carmen Longobardi in ITAÚ CULTURAL, 04/02/2013)

Para Oswaldo Correa da Costa, colecionismo, seja do que for,

é umas das maneiras que os seres humanos têm de lidar com carência. E não só o colecionismo de artes plásticas, mas o colecionismo de qualquer coisa, de bonecas, de isqueiros, de talheres... As pessoas que são acumuladoras por natureza são aquelas que esperam, através da acumulação, preencher algum vazio interno. Eu acho que, quando você coleciona arte, você... Talvez não seja assim com todos os colecionadores, mas acontece muito comigo: eu quero muito o objeto. [...] Subliminarmente, eu tenho uma ideia de que, se eu conseguir finalmente comprar esse objeto, eu finalmente serei feliz. E aí eu compro esse objeto e eu constato que ele não me transformou numa pessoa feliz. Então, ele vai para a mapoteca, ou vai para o teleiro e aí eu começo a procurar um outro. Voltando à história do Man Ray, é como se cada objeto fosse um potencial novo Man Ray.²²⁷ E ele sempre decepçiona, então você tem sempre que ir atrás do próximo. Por isso que o colecionismo, quando ele é movido por carência, tem esse mecanismo embutido de autoperpetuação, porque ele nunca satisfaz, porque efetivamente você nunca vai cobrir um vazio interno com um objeto externo. [...] Depois de ter um objeto, ele me dá uma certa satisfação sim, não há dúvida. Mas eu nunca fico namorando ele, não fico babando nele, nada disso. Ele vira mais uma peça dentro de um enorme quebra-cabeças que é a coleção. Ele vira uma parte da coleção e deixa de ter o fascínio do objeto que não é possuído. [...] Eu acho que se todos os colecionadores fizessem análise não haveria colecionismo.

Adriano Gomide – Colecionismo tem cura?

Oswaldo Corrêa – Tem cura no divã, com certeza. Agora, se o colecionismo fosse curado, por uma análise obrigatória durante a adolescência, seria muito ruim para o país. Para o mundo das artes seria péssimo e para o país seria péssimo. [...] Por isso que o colecionismo é uma coisa muito bizarra, na realidade. É quase uma patologia, ou de repente é uma patologia, que pode ter efeitos muito benéficos para a sociedade e para a classe artística. Mas que é construída em cima da neurose do indivíduo que tem uma gana, uma mania de acumular e de colecionar. Uma ânsia, assim, que é um motivo de gulodice. (Oswaldo Corrêa da Costa in GOMIDE, 2014, p. 445-449)

O(s) transtorno(s) mais comum(ns) associado(s) ao colecionismo pelos próprios colecionadores é a obsessão e a compulsão. A primeira vez que ouvi falar em campo sobre uma maneira tida como patológica de adquirir obras de arte foi através de uma galerista. Ela contou que um colecionador, que era cliente dela há alguns anos, foi comprar uma obra de arte e acabou dizendo que *“não deveria estar ali, tinha prometido que não ia adquirir mais nada de arte e que estava em tratamento psicológico. A coisa pode ser realmente séria”*,

227 História da aquisição da primeira obra por Oswaldo, já mencionada nesta tese.

afirmou. (caderno de campo, novembro 2014) Grande parte dos colecionadores presentes nesta tese utilizaram em algum momento as palavras obsessão ou compulsão atreladas à prática do colecionismo. Estão entre esses, Eduardo Barella (“*coleccionar é meio que a consequência de uma obsessão por alguma coisa*” – in FOLLOW ARTERIAL, 18/05/2016), Diego Cassia (“*o coleccionar tem um lado de compulsão, de não conseguir parar*” – caderno de campo, dezembro de 2014) e José Olympio Pereira, que é taxativo: “gosto de tudo intensamente, sou absolutamente compulsivo. Todo colecionador é compulsivo. E não é só de arte, de qualquer coisa. Compulsivo e acumulador.” (in ADACHI; BORGES, 20/07/2012) João Carlos Figueiredo Ferraz também afirma:

Coleccionar é uma obsessão. Você vê um trabalho, você tem que comprar o trabalho. E ele fica na sua cabeça anos e você precisa comprar aquele trabalho. Eu tenho um trabalho que levei dez anos pensando: “eu tenho que comprar esse trabalho.” Essa coisa da obsessão é muito forte. E é isso que explica. E obsessão não se explica, na verdade. [...] Arte, ela te envolve de uma maneira que é mais do que paixão. (João Carlos Figueiredo Ferraz in caderno de campo, novembro de 2014)

Justo Werlang poderia ser outro colecionador que se autodeclara compulsivo, obsessivo, mas considera que o fato de estar concentrado em oito artistas o protege um pouco disso. (FESTIVAL CULTURA EM MINICICLOS, 13/09/2017)

4.4 arte como investimento

E o que seria o extremo oposto de comprar arte por paixão – ainda mais oposto do que o escolher racionalmente uma obra através de informações, conhecimento ou “de ouvido” (o que, vimos, pode não ser tão oposto assim)? Ou, o que seria ainda “mais racional” do que comprar uma obra de arte pelo lugar que o artista e sua pesquisa ocupam em determinado momento, porque dialoga com a sua coleção ou porque está todo mundo comprando, sem que essa obra “*encha os seus olhos*”?

Comprar por investimento. E está aí o ponto no qual as perspectivas dos colecionadores que ouvi mais convergem entre si: comprar por investimento não é uma boa motivação para comprar obra de arte. E essa é a mesma opinião expressa por grande parte dos artistas, *advisers* e galeristas – aliás, já versamos como, idealmente, um bom galerista

“trabalha o artista” e não está interessado simplesmente na venda rápida de seu trabalho, mas em inserir as obras do artista em boas coleções. Mas estamos falando aqui de um **mercado** de arte, embora quase todos os colecionadores repitam “o mesmo mantra: é preciso comprar por gosto, e não de olho no retorno financeiro”. ([PADILHA, 04/03/2010](#)) E para a maior parte das pessoas “é difícil pensar em arte quando um quadro pode valer muito mais que um apartamento” (id. *ibid.*), como bem coloca o jornalista Ivan Padilha em uma matéria em que entrevistou diferentes colecionadores.

“Acho que todo colecionador é afetivo, ele é um apaixonado por aquilo que ele tem. Quando os colecionadores são desprovidos dessa paixão, geralmente cometem erros”, me disse o colecionador Sérgio Carvalho. (caderno de campo, junho de 2014) Já Silvio Frota, afirma: “É preciso comprar uma obra de que se goste e, cada vez que olhar para ela, vai querer comprar mais. Você tem que se apaixonar pelo que vai ver diariamente. Nunca compre uma obra só como investimento.” (in MEDEIROS, 10/04/2014)

Porque colecionadores são, antes de tudo, movidos por paixão. Eles são movidos pelo amor à arte, acima de tudo. E o valor financeiro é uma coisa que pode vir a acontecer, pode ser uma consequência de uma compra de uma obra de arte [...] A maioria absoluta das grandes coleções foram feitas não comprando troféus. Elas foram feitas com uma paixão pela arte, com uma boa escolha e, eventualmente, essas obras que foram compradas se transformaram em troféus, ou se transformaram em valor econômico. Mas isso não quer dizer que, particularmente, quando eu compro uma obra de arte, que eu não queira a valorização dessa obra de arte, muito pelo contrário. Porque quando a obra se valoriza, isso também é um reconhecimento, isso mostra que a obra tem mais chance de ficar, de se transformar em atemporal. (Marcio Fainziliber, SP-ARTE, 10/04/2015)²²⁸

228 Nessa fala, Márcio apresenta o que chama de 4º. tipo de pessoa que compra arte, provavelmente o que Manoel, na introdução desta tese, chamou de colecionador colecionador. Baseado nos motes/interesses que movem as aquisições de obras de arte, Márcio Fainziliber versou sobre o comprador esporádico/decorador, sobre o investidor, sobre um colecionador interessado em sua construção social enquanto tal. Essa tipificação sistematizada por Márcio parece, longe de ser um posicionamento individual, uma categorização moral pela qual operam os atores do mercado, tanto no sentido de se defender enquanto “coleccionadores colecionadores”, quanto para julgar uns aos outros enquanto tais. A tipificação êmica feita por Márcio é muito mais complexa do que aquelas feitas por alguns analistas do mercado, a exemplo dos economistas Fábio Sá-Earp e George Kornis. Aliás, nem sempre os analistas estão distantes de uma perspectiva êmica. Kornis e sua esposa Mônica, segundo uma matéria publicada na revista *DASartes*, “são talvez os maiores colecionadores de gravura do Brasil” e têm “mais de 700 obras em sua coleção.” ([DASARTES, 10/06/2012](#)) Outro exemplo de analista êmico é o colecionador e economista Don Thompson, autor de *O tubarão de 12 milhões de dólares*. (2012) Como dizem o próprio Kornis e Sá-Earp, no mercado de arte “uma pessoa pode ocupar todos os papéis [...]: nessa perspectiva, um artista, por exemplo, pode simultaneamente

*Eu trabalho em banco e nada me irrita mais do que a garotada me perguntando “Qual é o próximo artista que vai bombar? Em que eu devo investir?” [quando se trata de arte] Eu respondo: “Vale do Rio Doce, Petrobrás, Amil” - olha só, várias dicas boas, tô dando aqui um free advice pra todo mundo. Investe por aí que você vai ganhar dinheiro, vai ser uma beleza, longo prazo, ação é ótimo, tudo... Eu acho que arte tem que ser comprada por **paixão**, tem que ser comprada pelo prazer que ela vai te proporcionar e não com a perspectiva de quanto ela vai valorizar. Até porque, imagina, se eu compro uma ação e boto a cautela²²⁹ na sala – não tem mais isso de cautela, mas enfim – e todo dia fico olhando aquele negócio... Vai que não dá certo, vai ser um sofrimento. O cara não valorizou, entra na sala de jantar todo dia e “PQP, onde que eu tava com a cabeça?” Você **conviver** com o negócio só pela perspectiva de investimento é uma droga. Agora se aquilo te dá **prazer**, tá ótimo. Seu carro não te dá prazer? Seu sofá, cortina, casa de praia? Bota isso nessa categoria. Só que, casa de praia até valoriza, mas diferente do Audi novo, do carro, ou do helicóptero pros mais abastados etc., a arte corre o risco de valorizar. Quando você comprar um carro novo, aquilo te dá um prazer danado, você sabe que vai perder dinheiro, mas te dá um prazer, você tá comprando por prazer. Nunca ninguém veio me perguntar qual é o carro que vai bombar agora, né?” (José Olympio Pereira in SP-ARTE, 13/05/2011)*

Eu acho que colecionar arte contemporânea por investimento é uma insensatez. É uma insensatez porque, primeiro, você não sabe se aquilo que você está comprando, que você gostou, aquilo que te deu prazer, que te arrebatou de alguma maneira, se aquilo vai virar ou não vai virar, não importa. Eu acho que arte contemporânea ela está vivendo junto com você, é que nem um amigo de escola, aquele amigo de escola que joga bola com você. Você não sabe se o cara vai virar sapateiro ou presidente da república. Você não tem ideia. A arte contemporânea é a mesma coisa. Quem quer fazer investimento vai pra bolsa de valores, vai buscar uma outra coisa, vai comprar terreno ou então grandes obras, obras que já são catalogadas e que têm uma margem de resultado melhor... (José Carlos Figueiredo Ferraz in GOMIDE, 2014, p. 392-393)

A ideia de que o investimento não pode ser a principal intenção de uma aquisição não é uma opinião exclusiva dos colecionadores que ouvi ao longo de minha

produzir, colecionar, vender e ser um crítico” (2016, p. 38) – ou, nas palavras do artista, pesquisador, professor Ricardo Basbaum, um “[artista-etc.](#)” (2005) No caso de Kornis e de Thompson, em relação a seus livros, são economistas-etc. (segundo compreendi da proposição de Basbaum, uma das atividades teria primazia e influência sobre as demais – o que, imagino, seja contextual, atrelado ao lugar do qual se fala, em determinado momento). Pois bem, segundo Sá-Earp e Kornis, “há dois tipos básicos de compradores individuais de obras de arte: a maior parte é formada por pessoas que adquirem em pequena quantidade, apenas para complementar a decoração de sua residência, enquanto uma minoria é formada por colecionadores que compram em maior quantidade, de forma regular e seletiva, com algumas operações que podem atingir valores substanciais. Esses dois tipos, em geral, constituem uma parcela pequena daquelas pessoas de alto poder aquisitivo que consomem a maior parte de bens e serviços de luxo.” (2016, p. 38)

229 Uma espécie de recibo provisório de um investimento.

pesquisa. Segundo Paulo Sérgio Duarte, crítico, professor de história da arte e pesquisador da Universidade Candido Mendes e do Parque Lage (RJ), conta que estava em um jantar com alguns amigos quando alguém perguntou a ele se valeria a pena comprar uma determinada obra de arte por investimento. Ele respondeu:

*se você não é um perito de mercado, se você não se torna um especialista de mercado, você tem que comprar a obra de arte pelo prazer de **conviver** com aquela coisa. É feito um amigo: você não vai ter uma pessoa que você não gosta como amigo. A obra de arte é sua amiga, como os livros que você gosta. Elas são suas amigas. Você não vai ter dentro de casa uma coisa que não seja sua amiga. Então, o primeiro critério para uma pessoa se aproximar de uma obra de arte é a pessoa saber que vai conviver com aquela obra de arte dentro de casa, no cotidiano. Então o primeiro critério é que aquela coisa lhe agrade, que você sinta prazer em conviver com aquilo no dia a dia. (Paulo Sergio Duarte in [INSTITUTO MOREIRA SALLES, 14/02/2013b](#))*

Interessante notar que quando os colecionadores afirmam que “toda coleção é afetiva”, movida pela paixão, eles não estão negando a existência de pessoas que compram obras de arte por investimento, mas afastando a figura do colecionador, ou do “coleccionador de verdade”, “do colecionador sério”, do investidor. E ao afirmarem que não adquirem obras de arte pensando no lucro, mas por paixão, por gosto, por prazer, estão se afirmando como colecionadores (“sérios”, “de verdade”) e informando que não são investidores. Juliana Raiter, chegou a comentar: “*dizem que a maior parte das pessoas que colecionam está preocupada com a valorização das obras. Claro que eu fico contente em saber que eu tive contato com [determinado artista] quando ele valia muito menos. Claro que dá uma satisfação, ‘puxa, não é que eu vi que ele tinha alguma coisa?’*” (in caderno de campo, março de 2017)

Fato é que não conheci, nem tive a oportunidade de ouvir em campo, um único comprador particular de arte que afirmasse comprar recorrentemente obras para sua coleção como investimento. Isso não significa que um ou outro interlocutor não tenha sido apontado em algum momento como um investidor por algum outro ator do mercado. Um exemplo é a fala de Pedro Nunes a respeito de Rodrigo Abreu, que já citei parcialmente no capítulo anterior:

[a pessoa] tem uma boa coleção, mas tem um hábito de colecionar que eu acho esquisito [...] Ele coleciona seguindo regras mercadológicas. Ele tem

ótimas obras, ele tem um acervo... Ele tem uma coleção. Agora, o modo como ele vai comprando das galerias é uma coisa um pouco esquisita, existem umas coisas especulativas, ele faz acordos com galeristas meio estranhos [...] Ele faz umas apostas, ele comprou 20 obras de uma artista que ele acha importante [...] Ele tem coisas bem legais [...] Mas, a maneira como ele compra hoje e a maneira como ele se coloca como colecionador, eu acho um pouco esquisita. Porque ele tá por trás de algumas operações feitas por galerias, ele está [em conselhos de museus], pra mim existe um lobby meio mal explicado ali [...] Ele é um cara de números, e a coleção na vida dele também [...] Eu acredito que ele faça dinheiro com isso [...] Vai além, um pouco, da paixão pela arte. (Pedro Nunes in diário de campo, dezembro de 2014)

Apenas em três situações específicas lembro de interlocutores dizendo ter adquirido algo pensando em investimento. A primeira, quando um jovem galerista com quem estava conversando recorrentemente que, sob a promessa de que não contaria a ninguém que ele havia feito uma aquisição pensando em dinheiro, me levou ao acervo da galeria para mostrar “sua aposentadoria”, uma pintura. (caderno de campo, 2012) A segunda, José Marton, que conforme já citado, em uma determinada ocasião comprou uma obra para vender. E Silvio Frota, que contou:

uma vez eu comprei uma obra de arte para vender. Eu comprei, eu não gostava da obra. Comprei e botei na minha parede. Uma semana, quinze dias depois, eu fui pegar da parede para vender e minha mulher disse: “você comprou e você botou na parede, não sai daqui. O dia que você quiser vender alguma coisa, não leve pra parede da minha casa.” (Silvio Frota in FESTIVAL CULTURA EM MINICICLOS, 13/09/2017)

A anedota da tentativa de investimento fracassada de Silvio serve, antes de mais nada, para contar que ele não é, em sua casa, o único apaixonado pelas obras que adquire. Ele completa: “quem coleciona por amor, por paixão, não vai vender nunca. Aquilo morre com você [...] Tem grandes investidores que vivem disso, não é o nosso caso. O nosso caso é paixão, então não tem preço.” (in FESTIVAL CULTURA EM MINICICLOS, 13/09/2017)

Além das definições da pessoa que compra arte “pelo social”, da pessoa que compra arte para decorar sua casa e do colecionador, que compra por prazer, por paixão, Márcio Fainziliber definiu, em sua fala durante a SP-Arte de 2015, o tipo de pessoa que compra arte por investimento:

E, finalmente, o quarto tipo seriam os que compram arte por investimento. Esse é um fenômeno historicamente mais recente, o tão falado flipping de

comprar no mercado primário para vender obras no mercado secundário. Essas pessoas procuram ganhos a curto e médio prazo. Mas é importante mencionar que elas também estão correndo risco, porque arte não necessariamente tem liquidez. Então eles estão comprando arte e não sabem se vão conseguir vender amanhã ou daqui a cinco anos. E interessa a essas pessoas utilizar todos os instrumentos para valorizar a sua obra e eles. De alguma maneira, têm menos amor à arte que os demais. Então, o valor para essas pessoas que compram por investimento significa o valor financeiro da obra de arte a cada dia no mercado. (Márcio Fainziliber in SP-ARTE, 10/04/2015)

Muitos colecionadores concordam que a arte contemporânea não é um bom investimento uma vez que não tem liquidez, ou seja, não se vende rapidamente caso haja necessidade ou interesse de desinvestir em uma obra. Segundo Juliana Raiter, “*se precisar vender isso [uma obra de grande valor], você não vai vender mesmo.*” Conta que, no processo de separação, tinha uma Tomie Ohtake que quis vender e um dos *marchands* mais reconhecidos do mercado secundário, do qual Juliana é cliente, falou: “*eu até posso comprar de você, mas vou ter que pagar um preço muito abaixo. Eu posso até tentar vender pra alguém que até pague, mas vai demorar.*” A colecionadora, então, desistiu da venda. E concluiu o raciocínio: a não ser que você seja “*um superjogador, como na bolsa*”, não se compra arte com o intuito de vendê-la. (caderno de campo, março de 2017) Ana Carmen Longobardi parece concordar com Juliana: “*comprar arte é sempre um risco, a não ser que seja uma coisa especialíssima, você nunca sabe o que vai acontecer.*” (in ITAÚ CULTURAL, 04/03/2013)

Se, como versei há pouco, ao invés de estar dissociada do conhecimento sobre arte, a paixão mais parece intimamente relacionada a ele, da perspectiva de muitos interlocutores, os investidores, sem paixão pela arte, também seriam desprovidos de conhecimento sobre a mesma – eles entenderiam de mercado e não de arte. Mas Marcelo Secaf me falou algo sobre um amigo, colecionador investidor, que tensiona essa ideia:

Marcelo – *Eu tenho um amigo que compra arte como commodity, ele não dá um passo sem saber que aquilo vai ser um bom negócio. Ele é um cara supercabeça, superestudioso e ele olha e sabe onde aquilo está indo, que exposições aquele artista fez, quem que tá olhando, quantas feiras participou, que instituição que comprou e ele vai atrás.*

Dayana – *Como ele sabe de tudo isso?*

Marcelo – *Ele não para de ler, ele vai a todas as feiras, ele conversa com todo mundo. [...] Ele é um pesquisador de arte contemporânea profundo e ele só faz bons negócios. Ele sabe que aquele artista daqui a dois anos vai estar valendo muito mais. E ele investe em bolsa e tal. Mas ele falou assim: “para mim, arte é uma ação que não é um papel – aliás, ação não é nem mais*

papel, é uma coisa eletrônica, virtual. Eu tô lá com um quadro pendurado na parede da minha casa e eu sei que é uma ação que vai valer muito mais e ainda me dá prazer de ficar olhando para isso.” *Esse daí é focado no mercado. Aí você vai ver a coleção dele e não tem lé com cré, mas sabe que são coisas que ele tem que vão valer* [valorizar]. *Ele olha como mercado pra arte.* (conversa registrada em junho de 2014)

Ou seja, o amigo investidor de Marcelo também parece obcecado, no sentido acionado pelos colecionadores, quanto à busca de informações sobre arte, produz relações nesse meio e tem prazer em conviver com obras de arte. Mas, enquanto conjunto, o que relaciona as obras de arte que adquire são suas performances no mercado, e não informações ou elementos presentes nas obras em si, nas suas poéticas²³⁰ – para utilizar um termo comum entre aqueles que estudo.

4.4.1 Fundo de Investimento e Participações Brazil Golden Art (FIP BGA)

O único comprador de arte que adquirira arte por investimento para mim nomeado em campo e que ocupava um lugar de visibilidade, no sentido de falar publicamente – mas não em qualquer situação (nunca cheguei a ver uma fala pública dele e nem mesmo consegui seu contato) –, foi o Fundo de Investimentos e Participações Brazil Golden Art (FIP BGA), na figura de Heitor Reis. Heitor é museólogo de formação, dirigiu diferentes instituições de arte na Bahia, e é sócio do BGA – “o primeiro fundo da América Latina com foco em arte contemporânea, principalmente em arte brasileira.” (Heitor Reis in [ESTADÃO, 24/08/2016](#))²³¹ Embora essa pesquisa não se dedique a colecionadores institucionais, uma vez que nenhum dos demais interlocutores dessa pesquisa fale abertamente sobre investimento em

230 Como versei no texto *Uma poética da vida social da arte* (CORDOVA, 2015), alguns atores das artes visuais separam, em termos de teoria da arte, o que seria uma análise social da mesma (pensar como a obra de arte circula) e uma análise poética da obra (pensar suas questões estéticas). Seria uma espécie de olhar para fora e olhar para dentro da obra. Entendo, no entanto, que não há uma clara dissociação entre essas duas esferas, embora não tenha trabalhado especificamente ao longo deste texto com questões estéticas, por assim dizer.

231 Heitor Reis é, ainda, segundo uma entrevista publicada na revista *DASartes*, um colecionador particular. Segundo ele, sua coleção é composta “por obras que [o] emocionam sem [se] preocupar com influências do mercado”. Diz que tem obras de “arte contemporânea, do barroco brasileiro, da arte popular”. Se considera “mais um acumulador de obras afetivas do que um colecionador” e que tudo o que tem “de alguma forma faz parte de momentos” de sua vida e que, por isso, adquire conforme “as emoções do momento”. Conta, ainda, que suas obras pessoais não vende nem troca: “sou um acumulador de memórias afetivas e não consigo me desfazer nem da minha coleção de selos da infância”. E que “quando se trata da sua coleção particular, sou impulsivo, sim. Mas nas das instituições ou do Fundo sou totalmente criterioso.” ([FAZOLLA, 10/06/2014](#))

arte se colocando enquanto investidor (o que também não ocorre, aliás, com o colecionar que adquire arte interessado em *status* e em poder), acionarei Heitor Reis como um interlocutor nesse sentido.

Uma breve contextualização do BGA: em sua juventude, Heitor Reis já havia trabalhado no mercado financeiro ([INSTITUTO MOREIRA SALLES, 14/02/2013a](#)) e, quando deixou a direção do Museu de Arte Moderna da Bahia (MAM-BA), no contexto da crise de 2008, se juntou a Rodolfo Riechert que, na época, estava deixando o grupo de *investment bank* do UBS Pactual, do qual era diretor e membro do Comitê Executivo, no Brasil. (ESTADÃO, 24/08/2016 e INSTITUTO MOREIRA SALLES, 14/02/2013a) Ambos começaram a conversar sobre mercado de arte e Rodolfo “entendeu que a arte poderia vir a ser um produto financeiro – que foi o que aconteceu.” (Heitor Reis in ESTADÃO, 24/08/2016) Ao lado de Rodolfo e Heitor, André Schwartz (ex-sócio do Banco Plural) e o economista Raphael Robalinho também estão envolvidos no fundo. (RIBEIRO, 08/09/2014)

Enfim, resolvemos criar o fundo. Ficamos seis meses, um ano, estabelecendo o regulamento pelo ineditismo do projeto [no Brasil; existem outros fundos de investimento em arte mundo afora], não existia jurisprudência nem nada [...] Essas coisas que são muito complexas e difíceis para nós que estávamos tantos anos na área cultural entender, mas [...] eu estava me associando a pessoas que têm um [...] passado de saldo positivo e ganho de capital. (Heitor Reis in INSTITUTO MOREIRA SALLES, 14/02/2013a)

Segundo Heitor, na crise de 2008, “*que atingiu todos os setores da economia, o único setor que passou à margem de toda crise era a arte contemporânea brasileira. [...] Ela veio alavancado diria até [...] 2013, 2014, nós estávamos crescendo cerca de 18% ao ano, é um crescimento absurdo.*” (in ESTADÃO, 24/08/2016)

Heitor diz que, para ele, a proposta de Roberto foi “difícil em um primeiro momento”. Nos anos 1980, enquanto museólogo atuante na Bahia, Heitor dizia que “*a arte baiana [era] inteiramente manipulada pelo Estado e pelo mercado, que coloca[va] dentro dela, que [impunha], a sua estética pessoal e, principalmente, a sua estética decorativa.*” (Heitor Reis in INSTITUTO MOREIRA SALLES, 14/02/2013a) Quando Roberto propôs fazer um fundo de investimento em arte, Heitor conta que começou

a pensar exatamente o que é o mercado. Quando eu falava, naquela época, que a arte baiana era manipulada pelo sistema com seu gosto estético, eu não tava falando de um sistema de mercado de arte da forma que nós

estamos discutindo aqui hoje, da forma que eu vejo hoje esse mercado que a gente entende como mercado de arte. [...] Nós, que éramos dirigentes e gestores do lado do museu, estávamos lutando sempre contra o sistema, mas em algum momento o mercado estava entrando dentro do nosso contexto. (Heitor Reis in INSTITUTO MOREIRA SALLES, 14/02/2013a)

O projeto do fundo teve início em 2010 e foi lançado em novembro de 2011. Nos 15 dias em que ficou aberto, foram obtidos R\$40 milhões com 70 investidores, com aplicação mínima de R\$100 mil e com um prazo mínimo de cinco anos para o resgate. A ideia do fundo não era investir exclusivamente em artistas já consagrados (cujo investimento é tido como mais seguro, com menor risco de desvalorização e maior liquidez – considerados *blue chips*)²³², mas, majoritariamente, em jovens artistas emergentes (*small caps*), cujo investimento é mais arriscado, mas que caso “virem no mercado”, podem dar uma maior margem de lucro entre o investimento e o desinvestimento. As matérias sobre o fundo dizem que entre 70% a 80% das obras que o compunham eram *small caps*. ([YAZBEK, 05/10/2012](#); [SAITO, 09/03/2012](#)) Usando a *expertise* de Heitor “e suas conexões com museus, curadores e galeristas para tentar comprar as obras certas dos nomes certos pelo menor preço possível” e adquirindo “uma parte das obras [...] em leilões e galerias; outra, diretamente no ateliê dos artistas” ([LONGMAN, 13/12/2012](#)), antes mesmo de fechar um ano de investimento, se falava que o fundo já tinha rendido cerca de 200%. ([FRAGA, 27/07/2012](#)) Em 2014, Reis seguia afirmando que a valorização média das obras do fundo estavam entre 150 e 200%. ([RIBEIRO, 08/09/2014](#)) Não tive acesso a números mais atualizados do fundo mas, pelos comentários que ouvi em campo, as primeiras ações de desinvestimento do mesmo tiveram sucesso – em partes, devido aos “próprios investidores do fundo terem adquirido algumas obras”, de acordo com os comentários dos bastidores do mercado, segundo me contou uma galerista. (caderno de campo, dezembro de 2016) Parte das ações de desinvestimento em *blue chips* do fundo, em 2015 e 2016, foram realizadas no exterior através da Christie's, uma das maiores casas leiloeiras do mundo, em leilões dedicados à arte latino-americana. (CHRISTIE'S, [10/11/2015](#) e [06/05/2016](#)) Foi, segundo Heitor,

uma ação comercial externa com foco no exterior, em função da crise. O mercado brasileiro se retraiu de 2 anos para cá em função dessa crise que todos nós estamos acompanhando, e a saída de mercado, como ação de

232 O termo *blue chip* advém do mundo dos cassinos. As fichas azuis são as que possuem maior valor nas mesas de pôquer.

desinvestimento, tem sido lá para fora. Mas essa ação de desinvestimento começou muito lá para trás, quando começamos a ter visibilidade no mercado internacional, sendo reconhecidos como uma grande coleção brasileira, que nos proporcionou ou propiciou manter uma relação com uma casa de leilão da importância da Christie's [...] Isso nos colocou dentro do mercado externo. Colocamos [no leilão] os artistas brasileiros com visibilidade, alguns deles que são muito reconhecidos nos museus, [mas] nunca tinham estado em um leilão da importância de uma casa de leilão como a Christie's. (Heitor Reis in ESTADÃO, 24/08/2016)

O próprio Banco Brasil Plural, ao qual o fundo está atrelado, vende o FIP BGA como um fundo alternativo de investimento. O investimento em arte é, segundo alguns especialistas, um tipo de investimento para quem já tem uma carteira de investimentos diversificada.

Mauro Calil, consultor financeiro e fundador da Academia do Dinheiro, explica que a arte deve ser o último estágio de diversificação da carteira, já que não há preço de referência e o comprador fica dependente da avaliação de *marchands*. Além disso, o investimento é de longo prazo e tem baixa liquidez: é difícil se desfazer de uma obra de arte de uma hora para outra. E paga-se imposto de renda de 15% sobre o ganho de capital. (RIBEIRO, 08/09/2014)

Já Heitor Reis afirmava que tratava-se não só de um investimento seguro, como o mais rentável de todos. Em 2013, ele declarava: “com certeza ela é o investimento mais seguro que existe atualmente. Sei que é considerado segundo plano, investimento alternativo, diversificação... Mas, dentro de uma perspectiva histórica, nos últimos dez anos, garanto que foi o produto que teve a maior valorização no país.” (in [FURLANETO, 06/01/2013](#)) Dizia, ainda, que “as obras de arte não estão sujeitas a oscilações diárias ou a movimentos estranhos. Uma frase de um especialista não vai, por exemplo, derrubar o preço de uma obra de arte que já esteja sedimentada, como ocorre no mercado financeiro.” (in FRAGA, 27/07/2012) Para Reis, o mercado financeiro, de maneira geral, é muito volúvel a agentes externos, capazes de transformar rapidamente suas fases caso algo desfavorável aconteça no contexto econômico em que está inserido.

Alguma mentira no ar e aquela coisa pode mudar para cima ou para baixo em 24 horas, 48 horas. Mas no mercado de arte são outros movimentos, que duram anos [...] São trabalhos de críticos, de pesquisadores, de filósofos, de artistas, de espaços independentes. É isso que referenda hoje [o mercado, o preço de um artista], que vai criando um histórico de movimento, e conseqüentemente uma produção excepcional. (Heitor Reis in [INSTITUTO MOREIRA SALLES, 14/02/2013c](#))

Heitor conta ainda que, além das informações relativas às suas atividades no meio das artes, “pesquisou bastante” essa questão da desvalorização/valorização dos artistas brasileiros. “Na época da montagem do fundo eu peguei, assim, 50 artistas, não lembro bem o número, e olhei os [últimos] 10 anos. E só se desvalorizaram dois ou três artistas [...] Mas, no mais, em geral, quem não se valorizou muito se valorizou um pouco, você não tem desvalorização.” (in [INSTITUTO MOREIRA SALLES, 15/02/2013a](#))

Para Paulo Sergio Duarte, que se mostrou próximo a Heitor e simpático ao BGA, em uma conversa com o curador Luiz Camillo Osório, da Série Desentendimento, divulgada pelo Instituto Moreira Salles em seu canal no YouTube, embora seja possível que obras de arte desvalorizem, comparada à desvalorização certa de certos bens como carros de luxo, que perdem preço depois de alguns anos de uso,

a probabilidade de uma obra de arte cair à metade do seu valor em cinco anos é ínfima. No mínimo ela vai manter o valor, se não se valorizar muito. O preço de uma obra de arte que [...], não faz tanto tempo assim, faz exatamente 23 anos, custava \$9 mil na época que eu comprei, quando eu falei com o artista [...] “olha a obra que você me vendeu em 1989 por \$9 mil hoje vale \$140 mil.” Ele disse “olha, naquela época ninguém queria comprar, hoje faz fila.” (Paulo Sergio Duarte in [INSTITUTO MOREIRA SALLES, 15/02/2013b](#))

Paulo Sergio afirma ainda que, por mais que o contexto de criação do fundo até o ano de 2013 fosse um momento de pico do mercado e posteriormente os valores financeiros das obras brasileiras caíssem, esse valor não chegaria ao que era antes de 2008 e que, portanto, o saldo ainda seria positivo.

Eu vi momentos de pico que desceram, mas nunca desceram ao ponto anterior. Por exemplo nos anos [19]80 houve um pico, [...e] nos anos [19]90 houve um declínio, mas nunca chegou aos preços dos anos [19]70. Caiu um pouco em relação ao que estava nos anos [19]80. (Paulo Sergio Duarte in [INSTITUTO MOREIRA SALLES, 15/02/2013b](#))

Já o *art advisor* João Correia, que ouvi falar algumas vezes durante a pesquisa de campo, sempre afirma que fundos de arte “praticamente não têm histórico de sucesso” (diz ter analisado mais de 40 fundos). Ele concorda com outros especialistas que, se há chances de o investimento em arte ser lucrativo, há chances ainda maiores de não ser. E que, a impressão favorável que se tem em relação aos números divulgados pelos próprios fundos está atrelada ao fato de que eles desinvestem nas obras de seus acervos que valorizaram e não vendem

aquelas que mantiveram seus preços ou declinaram ([CORREIA, 14/04/2014](#)) – o que pode acontecer, por exemplo, quando se adquire (ou se aposta em) um artista em início de carreira que, por algum motivo, deixa de trabalhar com arte (por exemplo) – salvo este motivo seja o falecimento do artista, que tende a valorizar no mercado.

Segundo Alfredo Setubal,

os fundos de arte que têm no mundo e até [o] que tem aqui no Brasil, têm uma visão de curto prazo. Ele[s] quer[em] se valorizar em 4, 5 anos. Ele[s] não quer[em] ficar com uma obra de arte 20 anos. E, no caso, o fundo aqui no Brasil nunca negou [isso]. A hora que você quer vender arte em 4, 5 anos, você está de alguma forma especulando. Não tem jeito. (Alfredo Setubal in SP-ARTE, 2013)

Independentemente do desconforto que as transações financeiras podem gerar nos atores das artes visuais não atrelados ao seu mercado, “a arte é um ativo”, segundo Heitor Reis. Paulo Sergio Duarte explica:

Para a gente não ficar pensando que o Brasil está descobrindo a pólvora: essa relação entre arte e dinheiro remonta ao Renascimento com muita força [...] Se a gente pensar só nos artistas da corte, pensar que no Renascimento os artistas viviam só da corte é um engano. Os artistas da corte eram aqueles que eram privilegiados e que recebiam um salário, uma mensalidade, [...] por vezes recebiam títulos de nobreza [...] Mas esses não eram todos os artistas. [Muit]Os artistas viviam nas corporações com contratos muito definidos, detalhados, sobre o que eles tinham que cumprir quando uma encomenda era feita [...] Essa relação da arte com dinheiro não é nenhuma novidade na história da arte ocidental, remonta pelo menos 600 anos [...] E [já tinha] muito claro, estabelecido, esse papel do artista como produtor e como produtor remunerado [...] O que houve é que o mercado de arte brasileiro amadureceu muito mais nos últimos 20 anos do que as instituições públicas. (Paulo Sergio Duarte, [INSTITUTO MOREIRA SALLES, 15/02/2013c](#))

Em alguns momentos de suas falas públicas, Heitor atrela retoricamente ao FIP BGA características que os colecionadores particulares interlocutores desta tese atribuem a “coleção de verdade” ou a um “coleccionador sério.” Na ocasião da divulgação de uma exposição que fizeram com as obras do fundo, Heitor declarou que a coleção era “um bom panorama daquilo que o mercado de arte contemporânea está produzindo e consumindo” e que não iria “fatiar a coleção [ao vender as suas obras]. O plano é que ela seja vendida [inteira] a uma instituição nacional ou internacional” (Heitor Reis in LONGMAN, 13/12/2012) – o que, como já ficou claro acima, não aconteceu. Na mesma matéria citada,

Heitor afirmou, ainda, que nada impedia que as obras do fundo fossem emprestadas a exposições no Brasil e no exterior. Outra aproximação da coleção do BGA a “coleções de verdade”, foi no campo emocional:

A gente sempre fala, parafraseando [Ferreira] Goulart, o poeta, o grande poeta, que diz assim: que “a arte existe porque a vida não basta.” Eu diria que a arte como produto financeiro também existe porque o investimento tradicional, por si só, não basta. É um investimento diferenciado, eu diria um investimento emocional, né? O homem precisa de emoção na sua vida e tem sido entendido isso, que o homem também precisa de emoção nos seus investimentos. (Heitor Reis in ESTADÃO, 24/08/2016)

4.4.2 a paixão valorizada

Volto agora aos colecionadores particulares e suas coleções pessoais.

Embora compre arte motivado pela paixão, José Olympio Pereira disse em uma palestra na SP-Arte de 2011:

Se você falar com uns amigos meus do mercado financeiro “vamos fazer uma especuleta em arte, vamos fazer uma posição”²³³ de Os Gêmeos, vai bombar.” Nego fica louco, vai na Fortes Vilaça, compra 20 Gêmeos. “E a Bia Milhazes?” Ai cata na Europa uma pra trazer. Tudo bem, é ok. Eu acho que não é o meu jogo. [...] Você vê a Bia Milhazes hoje, maravilhosa e tal, mas 20 anos atrás a Bia Milhazes custava o mesmo que uma Leda Catunda, que o Ângelo Venosa etc. e tal e [...] tudo bem, a valorização da Bia paga por todos os erros. Tudo bem, é uma coisa, mas eu não sei, esse negócio de comprar arte para investir... Embora, não é hipocrisia não, ao longo dos últimos 20 anos tornou-se um excelente investimento, graças a deus meu patrimônio valorizou pra burro nesse negócio, e é um paradoxo, né? (José Olympio Pereira em SP-Arte, 13/05/2011)*

Olympio apresenta um contraponto à ideia de “bom investimento” no que tange à grande valoração de um artista que tenha adquirido: a impossibilidade de continuar comprando seus trabalhos uma vez que estes tornem-se extremamente caros. “Não quero que o preço suba, porque quero comprar mais.” (José Olympio em ADACHI, BORGES, 20/07/2012) “O pessoal compra querendo que valorize e eu compro esperando que demore muito para valorizar, porque assim você pode comprar. Eu adoraria ter 10 quadros da Beatriz

233 Posição é relativo, no jargão do mercado financeiro, aos ativos que determinado investidor detém. “Fazer uma posição” é adquirir determinados ativos.

Milhazes que eu gosto muito, tenho um, muito bonito, comprado há muito tempo [...]”. (José Olympio Pereira, 13/05/2011) Em uma entrevista, o banqueiro e colecionador se diz feliz porque o quadro em questão “vale uma fortuna” e “foi um investimento extraordinário”. (José Olympio em ADACHI, BORGES, 20/07/2012) Essa mesma matéria, afirma que o quadro da Beatriz Milhazes que José Olympio possui “está avaliado em torno de US\$1,5 milhão e é um dos mais valorizados de sua coleção”. (ADACHI, BORGES, 20/07/2012)

Como José Olympio, vários colecionadores afirmam que, embora compreem arte por prazer, por paixão, pelo arrebatamento que ela causa, não pensam no preço ao adquirir uma obra; que não estão preocupados com quanto vale o que possuem. Ao mesmo tempo, também como José Olympio, é comum afirmarem que, mesmo assim, suas coleções valorizaram. Essa valorização é tida como um reconhecimento do mercado sobre as escolhas que fizeram por motivos passionais.

Sérgio Carvalho me disse, em uma conversa pessoal:

Eu nunca me preocupei com essa coisa de valorização. Primeiro porque eu não pretendo vender absolutamente nada. Meu sonho é tornar público [...], um dia encontrar alguém que tope encarar isso: eu entro com o acervo, alguém entra com o terreno, aí uma alma bondosa constrói [...] Eu compro de artistas jovens, porque é bacana você acreditar no seu olho e na sua intuição. Eu já tive algumas respostas em relação a isso, [...] de galeria] que inaugurou um 11 artistas e eu adquirei [já tinha] 8 dos 11. (caderno de campo, junho de 2014)

Marcelo Secaf diz que sempre comprou arte por paixão, “de olhar o trabalho e gostar. Eu até acho que a minha coleção é um pouco over.” (conversa registrada em junho de 2014) Em uma fala do colecionador já mencionada neste trabalho, ele afirma que “hoje, pensando retrospectivamente”, ele teria feito outras escolhas para, dentre outras coisas, fazer uma coleção “mais valiosa”. (id. ibid.)

Mas não penso no futuro, eu comprei por comprar. Claro que hoje eu penso que os trabalhos que eu tenho lá [na coleção] podem ser a garantia da minha aposentadoria, mas ao mesmo tempo não foi com esse intuito [que comprei], foi sempre no intuito de conviver com o que eu gostava [...] Eu já pensei nisso, “será que tudo o que eu ganho eu estou colocando em coisas supérfluas, coisas sem motivo, será que eu não deveria estar acumulando e fazer o que as pessoas fazem de guardar dinheiro para a aposentadoria, para a família, para herdeiro?” [...] Eu não estou falando de grandes quantias de dinheiro, porque eu sempre comprei o que podia comprar, mas eu nunca me preocupei em não gastar em arte para poder sobrar dinheiro

para alguma coisa pensando em futuro, sempre foi pelo desejo momentâneo de ter um trabalho. (Marcelo Secaf in conversa registrada em junho de 2014)

Até 2014, Marcelo acreditava ter vendido cerca de 2% da coleção por motivos variados, porque em determinado momento precisava de dinheiro, ou por insistência de alguém que queria, ou de casas de leilões.

Já, Alfredo Setubal disse:

se eu olho hoje a minha coleção, ela valorizou de uma maneira espetacular. Mas eu nunca fiz ela pensando nisso. Achava evidentemente que as oportunidades de compras eram boas porque os juros eram altos e as demandas por arte eram baixas e em algum momento os preços iriam corrigir. Mas a gente não pode comprar os artistas achando que eles vão valorizar. Hoje em dia a gente tem sim lá cento e poucas galerias no Brasil, cada uma representando 20, 30 artistas. Se você faz a conta tem 3.000 artistas. Quantos desses, lá na frente, vão estar entre os 15 [estrelas da arte]? Muito poucos. Então é meio lotérico você acertar quais serão os grandes nomes lá na frente. Ao longo do tempo você vai percebendo isso [quem serão esses artistas] pelos curadores, pelos erros, pelas disposições você vai vendo quem é quem. E não necessariamente isso será objeto de sucesso. [...] Então não dá para entrar no mercado de arte achando que vai ser um bom investimento, a probabilidade é que ele não seja um bom investimento [...]. Mas alguns serão. (Alfredo Setubal in SP-ARTE, 2013)

Interessante observar que, muito embora os colecionadores afirmem que boa parte das obras que compõem uma coleção tendam a não valorizar com o passar dos anos, narrativas sobre não valorização são exceções. Ouvi um único colecionador, aliás, muito provavelmente se diria ex-colecionador, que falou abertamente que, hoje, suas aquisições não valem financeiramente nada, nem sequer o que pagou, e que a única coisa que algumas delas têm é um valor afetivo. (diário de campo, julho de 2015) Oswaldo Corrêa da Costa, entrevistado por Adriano Gomide, disse que naquele momento, em relação aos artistas que integravam sua coleção: “talvez 20% sejam muito famosos, 30% [de] média fama e 50% as carreiras não vingaram”. (in GOMIDE, 2014, p. 433)

Eduardo Barella diz que sempre se pergunta se, para eles, arte é um investimento.

Eduardo – Eu me faço sempre essa pergunta, porque eu não gostaria que fosse. Mas eu acho que, no final, é, porque a gente coloca uma parte relevante do nosso patrimônio em arte, entendeu? Ai, não tem como você não pensar. Eu acho que quem fala que não é pode estar mentindo. Eu relutei em dizer que era. [...] Não adianta, acho que passou a ser no momento em que a gente começou a colocar uma parte relevante do

nisso.

patrimônio

Camilla – *Eduardo se questiona mais sobre isso. Eu acho que acaba sendo um ativo, mas é muito mais consequência, a gente não começou colecionando com essa cabeça de maneira alguma. Até, como Eduardo falou, a gente comprava as coisas mais impossíveis, as instalações mais impossíveis. A gente tem uma coleção significativa de vídeos que, por exemplo, tem muito menos valor...*

[...]

Acho que algumas coisas vão realmente perder o valor, que alguns artistas vão para lugar nenhum e outros vão ter seu valor. (Camilla e Eduardo Barella in FOLLOW ARTERIAL, 18/05/2016)

Vale terminar essa seção com uma reflexão de Pedro Barbosa: “*arte é certamente um ativo. Há 5.000 anos ela já era ativo. Ela era um ativo cultural que aos poucos acabou virando um ativo financeiro. Mas acho que o grande charme do colecionismo está em procurar aquele ativo cultural que ainda não foi sancionado pelo mundo financeiro.*” (in ARTLOAD, 25/11/2016)

4.5 sobre investimentos, conselhos e doações para museus

Como já versado anteriormente, o fato de um colecionador adquirir obras de um determinado artista pode contribuir com a construção do valor de mercado dele, especialmente se for um colecionador tido como importante. Alguns interlocutores desta tese explicitaram ter ciência dessa possibilidade e acionam a cadeia de reconhecimentos recíprocos que incidem sobre a valorização de um artista: como colecionadores reconhecidos enquanto tais, reconhecem a qualidade de determinados artistas e seus trabalhos, o adquirem e, por vezes, deixam claro a aquisição, em um esforço, preferencialmente visível, mas discreto, de colaborar em sua valorização. A discricção, nesse caso, tem a ver com não ser confundido com um investidor. Tal associação poderia denegrir em algumas instâncias a boa reputação do colecionador e dificultar aquisições dos artistas e obras mais concorridos do mercado, dada a preferência dos galeristas e artistas de inseri-las em coleções que agreguem valor ao artista e escapar de movimentos especulativos de possam prejudicar a carreira deste.

Por mais que, aos olhos leigos, os patamares de preços alcançados por alguns artistas na arte contemporânea pareçam sem sentido, há uma coerência neles, que envolve uma série de fatores. Dentre estes, estão a trajetória institucional e no próprio mercado do artista; a qualidade e a representatividade de determinada obra em sua produção e talvez

principalmente, “o preço que os compradores pagam por aquela obra” (como me disse o galerista Paulo Nóbrega em setembro de 2012) e, ainda mais especificamente, quem são os colecionadores que pagaram determinado valor naquela obra. Como já discutido anteriormente (quando versamos sobre a figura do galerista), sem esses alicerces artísticos o preço do artista no mercado fica mais volátil e pode prejudicar a progressão de sua carreira na medida em que atinge um patamar no qual a obra não encontre mais comprador. E, uma vez atingido determinado valor no mercado primário, não é possível regredi-lo, pois isso acarretaria em uma desvalorização das obras adquiridas pelos demais colecionadores e minaria a reputação do artista e respectivo galerista – lembrando que a própria galeria em que o artista está inserido é considerada uma espécie de lastro da obra e seu preço. O mercado de arte é um mercado em que, idealmente, os preços só flutuam para cima e não há promoções. Descontos, por sua vez, são possíveis e atrelados à reputação do colecionador e sua coleção.

A maneira como José Olympio versa sobre as obras da artista Carmela Gross pode ser um indício de como opera essa lógica de aquisição, divulgação da aquisição e inserção no museu. Em 2011, durante sua palestra na edição da SP-Arte, José Olympio Pereira disse: “*Nós somos os maiores colecionadores da Carmela [Gross], acho ela fantástica, maravilhosa e não é um sucesso comercial.*” (in SP-ARTE, 13/05/2011) Em 2012, em uma matéria em que é perfilado na revista *Valor*, conta o caso de quando “decidiu doar ao MoMA a obra *Carimbos*, assinada por Carmela Gross”. Na ocasião ouviu “do diretor do MoMA que o sonho do museu era adquirir *Projeto para a Construção de um Céu*, obra de Carmela que pertencia a seu ex-marido”. (ADACHI, BORGES, 20/07/2012) Localizou o proprietário e propôs a doação para o museu, que foi recusada. Pouco tempo depois, “o ex-marido de Carmela o procurou dizendo que não tinha mais onde pôr a obra e não a doaria, mas poderia vendê-la. ‘Comprei.’ Agora, a obra será doada ao MoMA como *promised gift*. ‘Fica comigo enquanto eu viver, depois que eu morrer vai pra lá.’” (id. *ibid.*) E, por fim, em uma matéria para a *Época* intitulada *Qual é o valor da arte?* o colecionador “fez questão de [posar em frente à instalação *Facas*](#), de Carmela Gross.” (PADILHA, sem data)

Para José Olympio Pereira, esse “coleccionador de posições em museus” (ARAÚJO, FRIEDMAN, 04/02/2015), a participação nessas entidades são importantes no processo de aprendizado que vai dar suporte as suas escolhas para a coleção. “*Através disso a gente tem condição de propalar, de ver, de divulgar, então faz parte desse circuito.*” (in SP-ARTE, 13/05/2011) Como já dito, a aquisição e a exibição de obras por essas entidades fazem

parte do processo de reconhecimento artístico e valoração mercadológica de obras e artistas. Uma das críticas mais comuns em relação à participação de colecionadores em museu é que, ao participar do conselho de um museu e auxiliar a escolher as obras que serão adquiridas pela instituição, “pode acontecer um conflito de interesses. Quando um museu de porte compra uma determinada obra, o autor se valoriza. Se o conselheiro que indicou a aquisição tem outras obras com a mesma assinatura, também sai ganhando.” (PADILHA, sem data)

Voltemos às doações, por parte dos colecionadores, de obras para acervos. Claro que as instituições não aceitam qualquer obra de arte, como bem me explicou Eduardo Brandão, elas passam pela curadoria do museu. (diário de campo, abril de 2015) Isso tem a ver com diferentes fatores: por mais que se tratem de doações, é fisicamente inviável para um museu receber obras infinitamente (o espaço físico é limitado); uma vez inseridas no acervo de um museu, as obras de arte geram custos para sua manutenção e preservação; e, desde que não seja um museu particular, os museus são instituições de interesse público responsáveis pelos processos de valoração e legitimação de obras e artistas (e colecionadores!), pela construção de memórias, de versões das histórias da arte, representar e, idealmente, gerar debates críticos sobre determinadas questões e visões de mundo coletivas.

Um exemplo de debate que levantou a questão acima colocada, versando também sobre o que seria uma coleção pública de arte, gira em torno da apreensão de obras na operação *Lava Jato* e seu direcionamento para o Museu Oscar Niemeyer (MON), em Curitiba/PR. A [Lava Jato](#) é tida, segundo a própria página do Ministério Público Federal (último acesso em 17/01/2016), como “a maior investigação de corrupção e lavagem de dinheiro que o Brasil já teve”. As obras de arte apreendidas na operação foram, segundo a mesma, recebidas como propina pelos investigados e encaminhadas, em diferentes lotes, para o MON. No recebimento de um desses lotes, li em minha *timeline* no Facebook a seguinte postagem: “Museu do acaso. Novas coleções públicas formadas com a curadoria aleatória da Polícia Federal.” (Vitor Negraes,²³⁴ caderno de campo, 12/08/2015) Em um dos comentários do *post*, Paulo Reis (curador, crítico, professor do Deartes/UFPR), posicionava-se: “Eu diria pior, é pelo olhar do bandido... Já aprendemos com Hans Haacke²³⁵ que a malha discursiva da

234 Nome fictício.

235 Hans Haacke é um artista alemão, “mestre da arte conceitual política” ([DW, 19/07/2017](#)), residente nos Estados Unidos, que tem como matéria-prima “as contradições que muitas vezes se ocultam debaixo do tapete das políticas culturais”. ([POUSADA, último acesso em 21/02/2018](#)) A título de exemplo, na obra “The Chocolate Master”, um conjunto de sete dípticos (obras compostas

compra e venda de uma obra de arte (Courbert, Seurat...) faz parte de sua história de visibilidade.” (Paulo Reis, diário de campo, 12/08/2015) Em janeiro de 2016, momento em que as obras relativas à operação Lava Jato eram exibidas na segunda edição de uma mostra intitulada *Obras sobre a guarda do MON* (a outra edição esteve em cartaz de abril a novembro do ano passado), Paulo Reis publicou o seguinte sobre essa exposição, também no Facebook:

O texto de apresentação da diretora-presidente, presente no *site* do museu, afirma que “o museu cumpre a sua missão no sentido de preservar e abrigar coleções de arte e também de democratizar seu acesso aos visitantes”. Dois grandes problemas de entendimento colocam-se aí. Primeiramente não há uma compreensão do que seja uma coleção, ao menos na acepção que interessaria a um museu de arte. Uma coleção é um agrupamento de obras estabelecido por razões históricas, artísticas e culturais e o que se exhibe ali é um ajuntamento de obras usadas em operações financeiras, anuladas em seu valor cultural e transformadas unicamente em *commodities*, e isto, em minha opinião, jamais poderia ser denominado de coleção. O segundo ponto é o de que democratizar o acesso à arte não significa unicamente a presença física das obras numa sala de exposição, mas o acesso intelectual e crítico às obras de arte e a seus sistemas de significação e representação (essa, sim, uma das maiores missões de um museu). (Paulo Reis, 16/01/2016)

Claro que o movimento, como bem deixaram claro os colecionadores na seção desta tese que fala sobre os conselhos, não é apenas no sentido daquilo em que os colecionadores particulares têm interesse em direção ao museu: pode partir daquilo que o museu tem interesse para dentro da coleção pessoal desses colecionadores.

A colecionadora Cleusa Garfinkel faz doações frequentes para museus há cerca de dez anos. Diz que sempre ajudou as pessoas relacionadas às artes de alguma forma, “organizava exposições, fazia o folheto, o coquetel etc. Depois achei que era melhor doar para museus, que é algo que vai ficar para o futuro. Ajudar artista novo é sempre aposta. Não que não mereça, mas museu é mais efetivo, perdura e alcança mais gente.” (in STRECKER,

por duas partes distintas) de imagens justapostas do magnata, colecionador e patrono das artes Peter Ludwig e dos trabalhadores de “suas fábricas de chocolate espalhadas pela Alemanha, Europa Central, Canadá e Estados Unidos [e que] pratica políticas laborais que criminalizam a maternidade, que condicionam a vida privada dos seus funcionários ou que [os] aprisionam em habitações comuns os *Gastarbeiter* (os trabalhadores convidados ou, melhor ainda, os emigrantes). Hans Haacke refere que têm sido várias as tentativas deste industrial chocolateiro para adquirir a sua obra mas todas elas têm fracassado.” (id. *ibid.*)

04/11/2013) Até 2013, disse não ter investido mais que R\$500 mil em doações para os museus.

Por que não doar uma obra para uma instituição? Eu sempre digo: você vai gastar R\$100 mil numa obra para a sua coleção pessoal, que custa comprar uma obra de R\$10 mil para o museu? Você está fazendo um investimento na cultura do país e ajuda o museu a se manter. Sempre falo para as pessoas que estão comigo para ajudar e o pessoal responde: “Ah, mas depois vão ficar pedindo muito”. Eu acho isso uma bobagem. Quando você entra na exposição e tem um acervo tão maravilhoso, eu me sinto gratificada, é muito bom, me sinto compensada. Enquanto eu estiver colecionando, vou continuar contribuindo com as instituições. (Cleusa Garfinkel in STRECKER, 04/11/2013)

No formato em que doa, quem escolhe as obras que os museus receberão são os curadores dessas instituições. Cleusa exemplifica:

no MAM[-SP] vamos sempre em trio, eu, a Flavia Velloso, coordenadora do Núcleo Contemporâneo e o Felipe [Chaimovich, curador do MAM-SP]. Escolhemos cerca de vinte obras dentro de um teto estipulado anteriormente, fazemos uma reunião, reduzimos a dez obras e depois de outra reunião fechamos em uma escolhida final. Nas outras instituições, o processo é o mesmo: sempre com o curador. (Cleusa Garfinkel in STRECKER, 04/11/2013)

A colecionadora diz que não impõe seu gosto pessoal nesses processos de compra, porque “a escolha tem que seguir a linha do museu, não a minha. O curador é a melhor pessoa para decidir, é ele quem sabe quais obras são importantes para o museu ter”. (in STRECKER, 04/11/2013)

Um modo de doação de obras para museus que ganhou visibilidade ao longo do período em que realizei minha pesquisa foi o que acontece durante as feiras de arte. Em uma matéria para a revista *Select* intitulada *Crescer com sustentabilidade* sobre a edição da SP-Arte de 2013, a jornalista Paula Alzugaray escreveu:

Sem orçamento e uma política sólida de aquisições, algumas instituições públicas e privadas brasileiras têm, na SP-Arte, um momento de excelência. Desde 2009, a feira promove, junto a iniciativa privada, doações de obras a museus de todo o Brasil. Todo ano, o MAC USP, o MAM-SP e a Pinacoteca vem recebendo doações do Banco Espírito Santo, da colecionadora Cleusa Garfinkel e do Shopping Iguatemi. Na manhã de quarta-feira 3, dia de *preview* para convidados, os diretores e curadores dessas instituições foram os primeiros a pisar na feira, a fim de selecionar as obras que seriam doadas para suas respectivas instituições. (ALZUGARAY, 08/04/2013)

As feiras de arte têm sido parceiras dos museus nesse processo de aquisição de obras via doações que acontecem durante o evento. Na feira ArtRio, chama a atenção a relação do evento com o Museu de Arte do Rio (MAR). Na ocasião da quarta edição da feira carioca, a revista *Brasileiros* publicou:

Na abertura da ArtRio, na quarta-feira (10), Paulo Herkenhoff, diretor cultural do MAR – Museu de Arte do Rio, mapeou a feira colocando *pins* em obras que gostaria de ter na coleção do Museu. O *pin* é o ícone usado em mapas. A estratégia deu muito certo! Várias empresas, fundos de investimento e galerias atenderam a seu pedido e compraram as obras. (BRASILEIROS, 12/09/2014)

Além de beneficiar o museu, essas parcerias com as feiras fomentam as vendas e a visibilidade do evento e das galerias, artistas e envolvidos nas transações relacionadas às doações. Ao serem doadas durante as feiras, em geral, as obras permanecem expostas com uma placa informando a instituição à qual foi doada e o doador – o que sinaliza aos visitantes da feira e potenciais compradores que curadores de instituições reconhecidas viram algo no trabalho daquele artista e que, portanto, pode significar que ele seja uma boa opção de compra. Na SP-Arte de 2014, as instituições contempladas com as doações de Cleusa

foram o Museu de Arte Moderna de São Paulo, com uma obra de [Ubi Bava](#), arrematada com o galerista Ronie Mesquita; a Pinacoteca do Estado de São Paulo, com uma série de [Vânia Mignone](#) adquirida de Ricardo Trevisan, da Triângulo; e o Museu de Arte do Rio, que levou para o acervo uma bandeira de dinheiro de Lourival Cuquinha amealhada na galeria pernambucana Amparo 60.

Se a generosidade tem uma devolutiva, é na forma de consultoria: Cleusa aproveita para ouvir os conselhos dos curadores das instituições, no caso Felipe Chaimovich (MAM[-SP]), Ivo Mesquita (Pinacoteca) e Paulo Herkenhoff (MAR). Das obras que doou para MAM[-SP] e MAR, comprou uma similar para seu acervo: a outra bandeira de Cuquinha, da paulistana Baró; e um exemplar duplo de Ubi Bava também de Ronie Mesquita. Ter uma obra quase igual a de um acervo de instituição especializada é garantia de valorização da peça.

Graças a essa atitude benemérita ainda rara em solo nacional, Cleusa ganha destaque também entre diretores dessas instituições. “A Cleusa é um exemplo, porque é difícil no Brasil você ter gente que apoia instituições culturais, principalmente de artes plásticas, e ela apoia sistematicamente”, diz Flavia Velloso, ex-coordenadora do Núcleo Contemporâneo do MAM[-SP], responsável por iniciar a parceria de doações entre a colecionadora e o museu há cerca de cinco anos.

Quem reitera a opinião é Ivo Mesquita, diretor da Pinacoteca. “A Cleusa nos ofereceu um presente super generoso e nos disse para escolher. Mostramos a

obra [de Vânia Mignone] para ela, que adorou, e ficamos todos super felizes. Não tínhamos nenhuma obra dessa artista, é a primeira obra da Mignone que entra para o acervo da Pinacoteca. É um trabalho importante, porque a Vânia começou fazendo xilogravura, e ele tem essa qualidade, de retomar sua produção inicial”, diz o curador. (NORBIATO, 14/04/2014)

Embora a matéria de Luciana Pareja Norbiato publicada na revista *Select*, ironicamente intitulada de *Rolezinho VIP*, verse sobre aquisições da colecionadora, ela também afirma que “a colecionadora tem olho afiado e faz suas próprias escolhas em matéria de arte” e que “o que pauta suas escolhas”, conforme já mencionado em outro momento, “é a capacidade da arte de agir sobre o espectador”. (NORBIATO, 14/04/2014) Em uma entrevista para a mesma revista, concedida no ano anterior, a colecionadora já dizia não se orientar “pela opinião avalizada do curador” e comprar “por gosto pessoal mesmo”. (in STRECKER, 04/11/2013) Mas, também coloca: “às vezes, quando escolhemos uma obra para uma instituição, acabo comprando uma do mesmo artista para minha coleção. [...] Às vezes uma das obras selecionadas na primeira leva, que não é a escolhida final do museu, acabo comprando para a minha coleção.” (in STRECKER, 04/11/2013)

4.6 ter arte e ter dinheiro

Contaram-me algumas vezes no início da pesquisa de campo que o colecionador de arte brasileira moderna e contemporânea mais conhecido do Brasil, o empresário e diplomata Gilberto Chateaubriand, que formou um acervo com mais de 7.000 obras, “tem uma resposta para quem lhe pergunta o que é preciso para ser um grande colecionador: ‘Dinheiro.’” (BARBOSA, 12/09/2010)

Preços sempre são um grande espetáculo do mercado da arte para as pessoas leigas no assunto. Na grande mídia brasileira, as notícias do mundo da arte contemporânea que mais fazem sucesso são relativas aos preços altíssimos pagos por milionários excêntricos em obras de arte tidas por um determinado “senso comum” como sendo, no mínimo, estranhas – ao menos assim foi, até as manchetes serem ocupadas pelas acusações de incentivo à pedofilia (etc.) fomentadas pelo Movimento Brasil Livre, relativas à exposição *Queer Museu* (realizada e encerrada abruptamente no Santander Cultural, em Porto Alegre, e à performance *La bête*, do performer Wagner Schwartz, realizada no MAM-SP durante o Panorama da Arte Brasileira, ambas em 2017. No entanto, como bem observou

Maria Quiroga no relato que fez ao *site* Fórum Permanente das falas de colecionadores que aconteceram em 2012 na SP-Arte, no mundo do colecionismo das artes visuais contemporâneas “a aproximação [entre colecionadores e obras de arte] tem um tom de paixão e desprendimento, onde o dinheiro é apenas um facilitador para uma tarefa maior, quase espiritual. E o maior arrependimento de qualquer colecionador, nessa busca, são as obras que deixou passar” (QUIROGA, último acesso em 22/02/2015) e não o dinheiro que investiu. Mas, para além daqueles colecionadores que construíram sua coleção em grande medida trocando seus trabalhos por obras de artistas, como Eduardo Brandão e José Marton, alguns colecionadores relativizam a ideia de que dinheiro seja apenas um facilitador do processo de aquisição de obras.

José Olympio Pereira acha “*mais interessante comprar por prazer do que por investimento, mas dinheiro não nasce em árvore. E obviamente o meu, pelo menos, é suadíssimo, não herdei nada, tenho que suar todo dia para ganhar*” (in SP-ARTE, 13/05/2011) – embora seja um dos banqueiros “mais bem pagos entre seus pares”. (ADACHI, BORGES, 20/07/2012) Mas, segundo ele, como

dinheiro não nasce em árvore, então também essa coisa de “deixa para lá”, “comprar o que quer”, é meio relativa. Tudo em que você vai gastar dinheiro você quer ver 1- maximização do prazer que cada dólar teu pode gerar. Eu tenho uma história ótima nisso, que é o seguinte: a gente tinha, nessa fase dos modernos, um magnífico Di Cavalcanti dos anos 1940, um vaso de flores. Ficava na nossa sala de jantar, sentava na frente dele todos os dias, me dava um prazer enorme. Ai um dia um marchand me disse, cinco anos depois de eu ter comprado, o quanto tava valendo. E tinha valorizado que é uma beleza, fiquei todo feliz. Ai, pegando um catálogo de uma coisa internacional, vi um móbile do [Calder](#) maravilhoso e não sei o quê, pelo mesmo valor do Di Cavalcanti. Não é que o Di não me desse prazer, me dava muito. Mas pelo mesmo dinheiro, para maximizar o prazer que determinado dinheiro investido em arte, eu fritei [vendi] o Di, comprei o Calder e foi uma beleza. [...] Então eu acho também que na hora que a gente gasta dinheiro, tem que pensar em como é que você maximiza, dado que o número de pessoas para quem o dinheiro é ilimitado é ínfimo. Todos nós aqui vivemos numa certa limitação, você tem que procurar onde você põe [seu dinheiro], especialmente nos artistas novos. E esse negócio de investimento também, lá fora, por exemplo, quem comprou old masters 50 anos atrás está levando um ferro violentíssimo. Quem comprou [impressionistas](#) 20 anos atrás também, muita coisa foi. Então, quem comprou [Jeff Koons](#) 20 anos atrás é nosso equivalente da Beatriz Milhazes em valorização. (José Olympio Pereira in SP-ARTE, 13/05/2011)

Marcelo Secaf diz que “*nunca foi um cara rico*” e considera

muito fácil de você ter uma coleção de arte se você tem um caminhão de dinheiro. É a coisa mais fácil do mundo. Você vai às galerias, vê o que você gosta e acaba comprando as principais obras para aquela coleção, você vai ser recebido de portas abertas se você tiver dinheiro. Mas esse não era meu caso, eu trabalhava como médico e o meu hobby era comprar obra de arte. (Marcelo Secaf in conversa registrada em junho de 2014)

O colecionador conta ainda que, quando começou a comprar arte contemporânea brasileira, era “*superbarato, porque ninguém sacava o que era essa arte.*” E como havia “*apenas meia dúzia de galerias e de colecionadores, então quem fazia o preço era o colecionador e não a galeria.*” Já Oswaldo da Costa Correia disse a Adriano Gomide, na ocasião em que o artista pesquisador visitou sua coleção para fazer sua tese, que aquela coleção foi feita “sobre a égide da pobreza”:

Essa coleção tem a peculiaridade de ter sido feita, quase toda ela, numa época da minha vida em que eu tinha pouco dinheiro, que eu vivia com um salário relativamente modesto. Então o colecionismo sempre aconteceu meio que sob a égide da pobreza e, no começo, nos primeiros anos, o máximo que eu podia aspirar eram gravuras. [...] Então a coleção começou como uma coleção de gravuras e eram gravuras de qualquer lugar do mundo, de qualquer artista, uma coisa assim completamente eclética. Aí com o passar do tempo eu resolvi afunilar um pouco e virar só arte brasileira e aí aos poucos eu fui trocando as gravuras, vendendo as gravuras, tentando comprar aquarelas ou desenhos ou pinturas, porque eu aí já tinha sido meio que possuído pelo fetiche da unicidade. (Oswaldo Correa da Costa in GOMIDE, 2014, p. 424 e 425)

José Marton já afirmou categoricamente, em 2009, que não é preciso ter muito dinheiro para comprar arte.

Eu sou a prova disto (risos). Me privo de muita coisa para poder ter as obras que quero, já deixei até de comprar um apartamento por isso e até hoje moro de aluguel (sic). Na verdade, acho até que não ter dinheiro apura o olhar. Quem tem pouco para investir precisa buscar outros caminhos, fora do que está na moda, e assim você começa a conhecer melhor os artistas jovens e tem a chance de se envolver. (José Marton in DETANICO; LAIM, 10/04/2009)

Os trechos dos discursos apresentados acima tentam tensionar, de certa forma, a ideia de que o colecionismo de arte contemporânea é algo restrito a pessoas extremamente ricas. Tal esforço me remete à diferenciação que os ricos filantropos e/ou “investidores sociais” estudados por Jessica Sklair faziam entre si (ricos herdeiros, ricos a partir do trabalho, ricos em função dos “benefícios” do trabalho), que remete, para a autora, ao fato de

que, assim como aqueles a que nos referimos genericamente como pobres em nossa sociedade não são todos iguais, os ricos também não o são (2007). Ao mesmo tempo que alguns discursos tensionam a ideia de que o colecionismo de arte não seja restrito a pessoas ricas, ou milionárias, trata-se evidentemente de um consumo e quem, no mínimo, pertence a uma classe média alta. Do ponto de vista de quem está mais distante do topo da pirâmide econômica e forma suas bases, em especial se não tiver alguma familiaridade com a arte contemporânea, parece difícil escapar da caricatura do rico excêntrico que encontra na arte contemporânea uma forma igualmente excêntrica de gastar seu dinheiro.

Há algumas páginas, citei o trecho de uma fala de José Olympio na SP-Arte de 2011 na qual mencionava coisas que se compravam por prazer, como a arte deveria ser comprada, mas que não corriam o risco de valorizar como a arte: “*carro, [...] sofá, cortina, casa de praia [...], helicóptero.*” Esta ideia foi repetida pelo colecionador em diferentes matérias jornalísticas sobre colecionismo ou mercado de arte. (PADILHA, sem data; BARBOSA, 12/09/2010; ADACHI, BORGES, 20/07/2012) Ao mesmo tempo, para os ricos não infinitamente ricos, ou não tão ricos assim, comprar arte seria uma opção à compra de outros bens de luxo. Uma matéria de 2010, por exemplo, afirma que José Olympio compra arte, mas “circula por São Paulo em uma BMW usada, com 8 anos de idade. Não tem lancha nem helicóptero”. (PADILHA, 04/03/2010) Ou seja, ele prefere comprar arte a comprar uma BMW nova, uma lancha e/ou um helicóptero – aquisições que grande parte das pessoas atribuiriam a pessoas muito ricas. Outro exemplo, nesse sentido, mas relativo à aquisição de um “mestre modernista” *versus* um apartamento, foi relatado por Heitor Reis: segundo ele, teria aparecido a possibilidade de comprar “*um belo Di Cavalcanti*” em um grupo de amigos e um deles teria comentado que, com o valor do quadro, “*um milhão e duzentos*”, dava para comprar “*um apartamento de 2 quartos ali em Moema.*” O museólogo diretor de fundo de investimento diz: “*Então você prefere ter um apartamento de 2 quartos, do que um Di Cavalcanti bom, excepcional, que você não vai ver o outro pelo mesmo preço, então..*” – Heitor faz um sinal de balança com as mãos, dando a entender que era preciso ponderar. E defendendo que a arte teria mais peso nessa balança, comenta: “*fora que a arte mexe também com outros valores...*” (in INSTITUTO MOREIRA SALLES, 15/02/2013b) Considerando que pouco mais de 30% das famílias brasileiras não têm casa própria e que para muitos isto configura um projeto de vida (pessoas que trabalham e poupam com o objetivo de ter um imóvel próprio), que Moema é um bairro considerado “nobre” da região de São Paulo, a

comparação versa, dentre outras coisas, sobre o quão rico é preciso ser para adquirir essa obra.

ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

O mercado primário e *mainstream* brasileiro de arte contemporânea retratado nesta tese é um dos mercados possíveis dessa arte e de tantas outras. Refiro-me a ele como sendo *mainstream* porque, em se tratando de arte contemporânea e de mercado primário (mesmo que por vezes flerte com o mercado secundário), é ele que ocupa parte significativa das páginas dos jornais. Usualmente os atores por mim pesquisados se referem ao seu mercado *mainstream* como sendo “o mercado de arte”. E o fazem, penso eu, em um esforço de criar uma entidade mínima e contextualmente tangível de modo que possam agir sobre ele. Mas, como afirmou a editora de arte Jan Dalley em um artigo para o *Financial Times* traduzido para o português e publicado pelo *Valor Econômico*, “o setor não constitui, na verdade, um único mercado, mas uma série de mercados frouxamente ligados pelo fato estranho e inoportuno de que todos eles lidam com objetos culturais exclusivos”. ([DALLEY, 05/01/2018](#)) Há no(s) mercado(s) de arte(s) diferentes circuitos, diferentes especialidades. Também chamo o mercado aqui estudado de *mainstream* porque é nele que as pessoas com maior visibilidade e economicamente mais abastadas se concentram, assim como a maior parte do fluxo financeiro do mercado brasileiro de arte contemporânea. Mas há ainda, nesse mercado, pessoas que “*nunca foram ricas*” (sic) atuando como colecionadoras através de estratégias como a troca de seus trabalhos por arte. Foi assim que Eduardo Brandão, enquanto fotógrafo, formou grande parte de sua coleção – bem como o crítico e curador Eder Chiodetto e o *designer* José Marton. Produtores culturais, médicos e dentistas também estão entre os profissionais liberais que trocam seus trabalhos pelos dos artistas. Mas, certa vez, um artista reconhecido e com obras valorizadas²³⁶ comentou, referindo-se a alguém cuja riqueza gostaria de enfatizar: “[Fulano de tal] *é rico. Mas ele é rico mesmo, rico verdade. Tão rico que compra obra de arte.*” (caderno de campo, 2015)

Mas, nem todos veem o mercado de arte como lugar de pessoas que têm, antes de mais nada, dinheiro. Eduardo Brandão desmistifica a hegemonia do dinheiro ao considerar que pesquisa, envolvimento e dedicação (além da moeda) constroem uma coleção em sua magnitude”. (QUINTAS, 20/09/2009) Para o galerista, “um dos aspectos marcantes em seu ato de colecionar é o campo de reflexão estabelecido pelo envolvimento com os artistas e

236 Que, aliás, tem obras de outros artistas bastante valorizados com os quais trocou trabalhos.

amigos”. (id. *ibid.*) Como vimos nos capítulos 3 e 4, muitos dos colecionadores interlocutores desta tese concordariam com o galerista. Walter Benjamin, um dos autores mais citados nos escritos sobre colecionismo a que tive acesso, também concordaria com Brandão: “coleccionar é um fenômeno primevo de estudo: o estudante coleciona saber”. (BENJAMIN, 2009, p. 241) Enquanto “*an elite preoccupation*”, o antropólogo Paul Van der Grijp afirma: “*collecting may be defined in the first instance as the systematic accumulation of precious objects a corresponding knowledge. For serious collectors, collecting used to be a form of cultivated leisure*”. (2006, p. 31 – grifos meus)²³⁷ Em uma fala veiculada pelo Itaú Cultural, Eduardo declarou: “*Eu algumas vezes sou altamente disléxico, é difícil a leitura ou escrever, e esse mundo visual de formas e cores e intenções [da arte visual contemporânea] que são exemplificadas ou mostradas aí me ajuda a entender o outro que até então eu não entendia. Ou pelo menos me dá a sensação de compreensão.*” (in ITAÚ CULTURAL, 28/12/2012b)

Entendo que o colecionismo de arte contemporânea é, em grande medida e tal qual apresentado nesta tese, uma prática para aqueles que têm um alto poder aquisitivo para obter obras de arte. O poder aquisitivo, tal qual é pensado aqui, é um compósito formado tanto por recursos financeiros como artísticos. Recursos artísticos, neste caso, não são o poder criativo de obras de arte, mas de coleções. Como vimos ao longo dos dois últimos capítulos desta tese, a capacidade de alguém criar coleções está intimamente associada à dedicação a construir conhecimentos artísticos e a sua reputação em relação a tais conhecimentos. A equação entre poder financeiro e artístico que forma a capacidade aquisitiva de um colecionador (ou pretense colecionador) é bastante variável. Aquela pessoa que quer comprar obras de arte e que tem capital financeiro, mas não muito, pode acionar sua rede de relações artísticas e conseguir certas facilidades graças a sua reputação (ou, capital simbólico, como diria Bourdieu), elevando seu poder aquisitivo²³⁸. Aquele que tem capital financeiro, mas não artístico, pode contratar *expertises* artísticas para cobrir tal defasagem e/ou ir comprando arte

237 O autor destaca que “*here, leisure is conceived as the freedom to use one's own time and wealth and not simply a consequence of non-labor. Leisure may be seen as ‘crucial life space for the expression and development of selfhood’ [...] Cultivated leisure, then, may imply the deliberate choice to use one's free time, energy and monetary resources to create a select collection of a set of precious objects accompanied by a personal discourse of a erudition.*” (GRIJP, 2006, p. 31)

238 Facilidades essas que são, em si, um reconhecimento da importância da sua pessoa artística. Comprar com certo desconto, por exemplo, pode ser um reconhecimento do *status* e da importância do colecionador ou da coleção. A fim de incentivar o ingresso de determinado obra e/ou artista em uma coleção importante, ou de uma instituição de renome, alguns galeristas oferecem desconto de cerca de 20% a esses compradores. Ou seja, comprar com desconto pode ser, nesse sentido, prestigioso.

e, através desse processo, ir adquirindo e acumulando capital artístico. Ou, por vezes, a aquisição frequente, possibilitada por grandes recursos financeiros, toma o lugar do saber artístico – como me disse Paulo Nóbrega, “*as pessoas confundem comprar muito com ser um colecionador sério*”. (diário de campo, 2017)

No entanto, se as pessoas que adquirem obras de arte pertencem, em sua maioria, a uma elite econômica (e eu diria política), grande parte dos artistas presentes no mercado está mais próxima ao que chamamos de classe média. Durante o ano de 2016, às vésperas do *impeachment* da então presidenta Dilma Rousseff, pareceu evidente uma polarização de posicionamentos entre artistas *versus* colecionadores e galeristas. Segundo, “Rodrigo Braga, artista que despontou nos últimos anos com fotografias sobre o descalabro ecológico do país”, o posicionamento *anti-impeachment* “‘é um consenso entre os artistas’, diz Braga. [...] ‘O que está acontecendo no Brasil é uma briga de classes. A gente sabe que o mercado de arte é dominado por pessoas de alto poder aquisitivo’”. (in MARTÍ, 06/04/2016) Durante aquela edição da feira, dois galeristas me perguntaram se iria em um protesto *pró-impeachment* que haveria no domingo. A galerista Nara Roesler, em um depoimento publicado na *Folha de São Paulo* durante a SP-Arte, declarou: “Galerista é contra Dilma e artista é a favor. Eles têm uma visão mais utópica do que seria o PT.” (in MARTÍ, 06/04/2016) Alguns artistas levaram à feira trabalhos que faziam referência ao contexto

político do país e, por vezes, deixavam claros seus posicionamentos frente ao mesmo.²³⁹ Para o jornalista Silas Martí,

esse racha ficou mais nítido desde que artistas, em nome dos “profissionais das artes”, lançaram uma petição há duas semanas nas redes sociais repudiando “tentativas de ruptura da ordem democrática” e “perseguições político-ideológicas”. Nenhum galerista assinou o manifesto que tem mais de 3.500 adesões. (MARTÍ, 06/04/2016)

Voltemos à frase de Paulo, sobre “*ser um colecionador sério*”. Ouvei de algumas pessoas que, apesar de terem dezenas de obras de arte em casa, de se manterem atentas e informadas em relação aos leilões e aos trabalhos de artistas que estavam circulando neles, pesquisarem alguns artistas, enfim, fazerem escolhas precisas em relação ao que adquiriam, de serem compradoras bem especializadas, não se consideravam colecionadoras. Salvo uma ou outra exceção, as narrativas de repentinamente se verem como colecionadoras, em geral, passavam por uma tomada de consciência de que tinham conjuntos de obras numericamente significativos e que, enquanto conjuntos, faziam “algum sentido”. Algumas dessas pessoas que não se consideravam colecionadoras se diziam simplesmente acumuladoras. Ou seja, mais do que acúmulo de trabalhos de arte, mais do que a soma de

239 E alguns desses trabalhos foram vendidos na feira. E me parece bem possível que algum(s) dele(s) tenha(m) sido adquirido(s) por colecionadores favoráveis ao *impeachment*. Um ponto que me intriga no colecionismo e que tenho particular interesse em pesquisar futuramente é a aquisição de uma arte política, ou que versa sobre pobreza, por parte de empresários ricos cujas atividades colaboram com a desigualdade social. Ao refletir sobre essa questão, me vem à mente uma “anedota” que o professor e curador Artur Freitas contou à artista Juliana Burigo e a mim: “havia um pintor peruano chamado Quintanilla que, [...] como forma de denúncia social, fazia pinturas de indígenas peruanos sendo explorados e escravizados por latifundiários locais. Um dia, esse pintor fez uma exposição no Peru e, num determinado momento, entrou na exposição um desses latifundiários peruanos que escravizavam indígenas. Todos ficaram se perguntando como ele iria reagir, já que o cara era alvo das denúncias de toda aquela pintura engajada ali exposta. Ele não só foi à exposição como comprou um quadro. Aí, quando perguntaram a ele qual o sentido de ter comprado aquele quadro, ele respondeu: ‘Esse quadro mostra o jeito que a gente tem que tratar essa bugrada.’” (in BURIGO e CORDOVA, 2015, p. 111) Outra vez fui a uma exposição de Carlos Contente, artista que em seu trabalho se pergunta, em suas palavras, “sobre as idiossincrasias da inserção no circuito de artes visuais, com seus joguetes psicológicos, armadilhas e suas panelinhas de difícil acesso” (CONTENTE, último acesso em 07/02/2017). Na ocasião pude conversar longamente com um dos vendedores da galeria, que me contou que algumas das obras expostas foram compradas por um colecionador bastante reconhecido – aliás, no site do artista, em sua biografia, há uma lista de coleções importantes nas quais está inserido (para citar algumas já mencionadas nesta tese: Gilberto Chateaubriand, José Olympio Pereira, Miguel Chaia e Coleção Madeira Corporate Services). Perguntei por que um colecionador compra uma obra crítica à prática do colecionismo relacionado ao mercado de arte. A resposta foi algo como “*provavelmente porque ele não se vê fazendo parte do que está ali retratado*”. (diário de campo 2013).

obras de arte, uma coleção de arte contemporânea é um conjunto de peças que dialogam entre si; que juntas “dizem algo”, tratam de um determinado assunto, que pode ser o mais diverso (como artistas de uma certa geração ou localidade; um tema específico etc.) que, como conjunto, ou cujos conjuntos, no caso das coleções maiores, formam “discursos coerentes”. Nesse sentido elas são, assim como as obras que as compõem, formas de enunciação. O colecionador expressa-se através de sua coleção. E talvez por isso certos colecionadores, referindo-se às pessoas que contratam *advisers* ou curadores para orientar suas compras, não compreendem como um terceiro que não o próprio colecionador pode fazer as escolhas de uma coleção particular.

Uma imagem que frequentemente apareceu em campo é a do colecionador como espécie de zelador da obra, um fiel depositário. Embora outros colecionadores a tenham acionado, João Carlos de Figueiredo Ferraz é uma figura que repete frequentemente essa ideia.

Como eu tenho dito, eu me sinto um zelador, na verdade[,] de tudo isso, [...porque] tudo tem um tempo de vida. Nós temos o nosso tempo de vida, a arte tem o seu tempo de vida e nós sabemos que o tempo de vida de arte é muito maior do que o nosso tempo de vida. Então você não detém nada que vive mais do que você. De certa maneira, eu acho que **nós somos posse da arte**. Não temos a posse dela e, nesse sentido, eu acho que a gente tem a função de preservar, de cuidar, [...] para que ela possa ser bem vista, ser mostrada e[,] quando a gente se for[,] outras pessoas vão continuar cuidando disso. Ela vai achar, seguramente, outro zelador, mas ela tem um tempo de vida maior que o nosso e eu acho que a arte não pertence a ninguém. Ela pertence à vida. (João Carlos de Figueiredo, GOMIDE, 2014, p. 385 e 386)

Em uma matéria intitulada “Colecionar é abnegação”, a jornalista Flávia Gusmão escreveu:

Justo Werlang afirma que o sentimento que o leva a adquirir, e a manter, uma quantidade de obras suficiente para encher algumas salas de museus não é o de proprietário, mas o de um guardião temporário, um fiel depositário a quem cabe não apenas se apossar da obra já concluída, mas acompanhar sua gestação, chegada ao mundo e amadurecimento. (GUSMÃO, 19/03/2017)

Conversei certa vez com um galerista que concorda com João e Justo.²⁴⁰ “*Eu acho que a obra de arte nunca é de ninguém, acho que a obra de arte é do artista, ela vai ser sempre do artista. Ela está na minha posse.*” (diário de campo, abril de 2015) Alguns anos atrás, em uma conversa sobre minha pesquisa, o artista paranaense [Geraldo Leão](#) me disse algo assim: “*obras de arte são uma das poucas coisas inalienáveis, por mais que sejam vendidas*”. Perguntei: “*Como assim?*” “*Elas são e sempre serão do artista.*” (anotações pessoais, 2009) Com essa lógica, não é difícil entender um certo incômodo com a figura dos especuladores em arte que, em última instância, faria dinheiro explorando algo que não lhe pertence – o que, no entanto, não é nada estranho ao *modus operandi* capitalista. Muitos atores do mercado defendem, inclusive, que os artistas recebam uma porcentagem sobre as transações de obras no mercado secundário, em especial nos leilões. A prática, durante minha pesquisa de campo, era de que os artistas não recebessem nada, independente do preço pelo qual a obra fosse revendida. Ou seja, por mais que a obra valorizasse mercadologicamente e seu preço aumentasse ao longo dos anos, o lucro decorrente dessa movimentação era daquele que vendia o trabalho. Os preços astronômicos alcançados nos leilões não chegavam diretamente aos artistas.²⁴¹

Por falar em mercado secundário (que, como elucidado no início desta tese, refere-se aos circuitos de revenda de obras de arte), os leilões são tidos como um dos poucos lugares (senão os únicos) do mercado de arte que têm certa transparência, na medida em que neles o preço de arremate das obras é divulgado publicamente.²⁴² (THORNTON, 2010; THOMPSON, 2012; GRANET; LAMOUR, 2014) Mas, segundo afirmou o sociólogo Olav Velthuis²⁴³ em uma mesa-redonda na SP-Arte de 2011, ao lado do colecionador Pedro Barbosa e do *marchand* Jones Bergamin, “*o preço da galeria é o preço verdadeiro*” em detrimento ao preço do leilão. (in ASSIS, 07/05/2015 – tradução simultânea do evento) Velthuis atrelou isso ao fato de que “*as galerias trabalham com os artistas por anos, então*

240 Embora eu já tenha visto esse tipo de declaração do galerista em público, ele pediu para que não dissesse que ele fez esse tipo de afirmação.

241 Não tenho pesquisado nada especificamente sobre esse dado, mas durante a pesquisa de campo ouvi algumas vezes menções a países que tinham por regra o pagamento de 5% dos valores de venda de obras no mercado secundário aos artistas.

242 O que está longe de significar uma transparência absoluta, uma vez que não se conhece necessariamente quem arrematou a obra, por vezes um negócio fechado publicamente na edição de leilão acaba não se efetivando nos bastidores etc.

243 Olav Velthuis é hoje um dos mais notórios (senão o mais) pesquisadores do mercado da arte, dadas as extensões de suas pesquisas, com braços em diferentes países.

elas precisam ter certeza de que esses preços são estáveis”, ao contrário dos leilões, que trabalham de forma muito mais imediata. Inclusive, o sociólogo afirmou que, da perspectiva dos galeristas, *“os leilões são como parasitas”*, uma vez que esses profissionais que tanto investem na carreira dos artistas também não recebem nada sobre a revenda das obras (id. ibid.) – muito embora os leilões dependam do mercado primário para existir. Para Velthuis, *“a maior parte do valor agregado [a um artista, a uma obra de arte] é dada pelo marchand”* (id. ibid.)

É também no mercado secundário que o investidor/especulador de arte faz o seu dinheiro. No decorrer das narrativas sobre colecionismo, é explícito o esforço constante para se afastar dessa figura por parte dos colecionadores. É (também) se afastando retoricamente dela que boa parte dos colecionadores pesquisados se aproxima de um *coleccionismo de verdade*. Vimos, ainda, que as categorias especulador e investidor podem funcionar como acusações para os colecionadores. E que também é desejável que os galeristas se afastem dessa figura e cuidem para que seus artistas (aqueles que representam) não caiam nas mãos desse tipo de comprador. Isso em um âmbito ideal, porque tanto artistas quanto galeristas precisam vender, então, na prática, por vezes não se vende para o melhor comprador. Mas a preferência é vender para alguém que tenha uma boa reputação (que seja um *coleccionador de verdade*, que *colecione em profundidade*) e que seja bem-relacionado – venda essa que só não seria melhor que a para uma coleção institucional pública, de preferência de renome.

Mas nem todos veem a figura do especulador com maus olhos. É o caso de Justo Werlang, para quem *“muitos marchands são especuladores*. Para o colecionador, o que o especulador faz é *corrigir preços*”.

O mercado de arte é um mercado imperfeito, especialmente no Brasil. Agora, como eu vou dizer assim: esse é comprador, esse é o investidor, esse é o colecionador, quem é o bacana e quem não é o bacana? Acho que cada um desses agentes recebe o que busca. [...] Dificilmente dá para viabilizar uma coleção vendendo coleção, porque ela ganha sentido à medida que você compra obra. E ela perde sentido na medida em que você vende obra, você destrói coleção vendendo. (Justo Werlang in FESTIVAL CULTURA EM MINICICLOS, 13/09/2017)

Certo dia, perguntei ao galerista Paulo Nóbrega como ele conseguia, tendo um posicionamento político claramente diferente de seus clientes, se silenciar em certas situações em que seus ideais estavam em conflito com os de alguns colecionadores. Nessa ocasião, ele

tinha acabado de me narrar um jantar com dois grandes empresários em que se sentiu absolutamente desconfortável frente a alguns comentários relativos ao contexto político-social brasileiro que eles teceram. Perguntei também se ele não se sentia incomodado de viver com o dinheiro que esses homens ricos pagavam em arte, dinheiro muitas vezes “feito” por eles a partir de práticas como a exploração de mão de obra barata de pessoas que se submetiam a condições de trabalho sofríveis porque estavam em situação de miséria. Ele me respondeu que pensava nisso, mas via sua atividade como galerista como uma espécie de estratégia de desconcentração de renda (dos colecionadores aos artistas) e através da qual ele conseguia ajudar pessoas em que ele acreditava e que faziam reflexões importantes através de seus trabalhos. (diário de campo, 2014) Paulo também observou:

a gente fica falando dessas coisas de manipulação do valor, mas a gente não vê que é possível as pessoas se juntarem para criar coisas. Têm pessoas que estão fazendo essas manipulações com intenções muito nobres. Tem gente que acredita naquele artista e tá fazendo aquilo porque quer ver o artista nos melhores museus. [...] Se a gente não fizer alguma coisa, fazer esse caminho, eles vão parar no lixo. E se não botar no mercado, vai sumir. (Paulo Nóbrega, diário de campo, 2014)

No mercado de arte contemporânea, as intencionalidades parecem justificar os meios. Na articulação entre paixões e razões (conhecimento e investimento), as paixões aparecem, em boa parte dos discursos, como sendo o primeiro movimento na escolha de obras de arte. O comprar por paixão é colocado em oposição à compra por investimento e tal oposição é reiterada e destacada nas falas dos colecionadores, por vezes ganhando contornos patológicos. É a paixão o mote que mais parece aproximar o colecionador do *coleccionismo de verdade* ou *sério* – e isso não apenas quando se trata do colecionismo de arte, ou de elites econômicas, como bem discute Paul van der Grijp em seu livro *Passion and Profit* (2006). Mas, mais do que “categorias nativas”, a ideia de um colecionador e uma coleção *de verdade* ou *séria* ecoa nas vozes dos pesquisadores que estudam colecionadores (pessoas que compõem coleções e que são compostas por elas), coleções (repito, conjuntos coerentes de obras em relação que, enquanto tal, dizem algo – compostas por colecionadores e suas produtoras) e colecionismo (da perspectiva dos colecionadores, a prática de fazer coleções – ou, da perspectiva das coleções, a prática de fazer colecionadores).²⁴⁴

244 Adriano Célio Gomide, em sua tese *Colecionismo de arte moderna e contemporânea no Brasil: um estudo* (2014), trabalha com três grandes capítulos: “Coleção”, “O colecionador” e

A ideia de um colecionismo mais colecionismo do que os demais e, portanto, de um colecionismo *verdadeiro, autêntico, sério*, que aparece na fala de colecionadores, artistas e galeristas, está presente também na literatura especializada sobre o assunto – estou pensando aqui na tese de Adriano Gomide, no livro de Fernando de Tacca e de Paul Van der Grijp. A teoria “nativa” dos atores desta pesquisa é tão próxima das análises sobre a prática do colecionismo que, em muito momentos esses autores e os colecionadores estudados pareciam me dizer a mesma coisa. Dentre as principais referências de Gomide, Tacca e Grijp estão o historiador da arte polonês Krzysztof Pomian e seu verbete *Colecção* da Enciclopédia Einaudi (1984), Walter Benjamin e o texto “Desempacotando minha biblioteca”, publicado no Brasil na coletânea *Rua de Mão Única* (1987) e Jean Baudrillard e o capítulo “O sistema marginal - a coleção” do livro *O sistema dos objetos* (1993). Os dois primeiros autores se referem de alguma forma a um colecionismo, coleção ou colecionador, autêntico ou verdadeiro. Pomian define o que seriam coleções: “conjuntos de objectos naturais ou artificiais, mantidos temporária ou definitivamente fora do circuito das actividades económicas, submetidos a uma protecção especial e expostos ao olhar”. (1984, p. 55) Interessante notar que em suas definições de colecionismo, os três autores referem-se ao ato de colecionar como um “desligamento [das coisas] de todas suas funções primitivas a fim de traçar uma relação mais íntima que se pode imaginar com aquilo que é semelhante”. (BENJAMIN, 2006, p. 239) Ou seja, como a tirada de coisas de seus circuitos originários para levá-las ao contexto à parte, que seria o contexto da coleção. Ou, em outras palavras, a retirada das coisas de seus circuitos originais, disponíveis a várias pessoas, para levá-las ao universo particular do colecionador, onde esses objetos só estariam disponíveis aos olhos do colecionador particular e dos seus.²⁴⁵

“Colecionismo”. Em cada um deles, o autor, baseado nos significados dessas palavras encontrados em dicionários, em digressões na história da arte, em reflexões de autores como Walter Benjamin e do historiador polonês Krzysztof Pomian, dentre outros teóricos da arte e, por fim, nas entrevistas que fez com diferentes colecionadores, tenta definir cada um desses conceitos, que se mostram não hierárquicos entre si e sempre remetem uns aos outros.

245 O antropólogo Johannes Fabian declara, em seu artigo *Colecionando pensamentos: sobre atos de colecionar*, que fica “ofendido ao ser chamado de colecionador, explícita ou implicitamente” (FABIAN, 2010, p. 59). Isso porque, segundo ele, a coleta de materiais etnográficos que ele faz se daria com o objetivo de produzir conhecimento e não passa por transações monetárias e pelo interesse em vender aquilo que tem com o objetivo de lucrar. Muito embora grande parte dos colecionadores que figuram nessa tese comprem obras de arte, certamente se sentiriam ofendidos com a declaração de Fabian, uma vez que para grande parte deles colecionar está atrelada à construção de conhecimento sobre arte e que a paixão os impede de vender obras de arte. Ou diriam que esse colecionador a que o antropólogo se refere não é um colecionador *de verdade*, mas um especulador ou investidor.

Ou, pior ainda, uma vez adquiridas, as obras poderiam ser estocadas – onde estariam longe dos olhos, longe da vida em circulação e em relação, nem que seja a relação mínima e contextual entre a obra de arte e aquele que a olha, que faz com que algo seja arte. Segundo Dalley, “acredita-se, em amplos círculos, que nada menos que 80% das obras de arte mundiais estejam estocadas: uma estatística que certamente faria qualquer artista e qualquer amante da arte estremecer”. (05/01/2018)

Talvez seja a retirada das obras de arte de circulação, a privatização e a particularização de algo que é para muitos atores das artes contemporânea tido como bem público, que torna o mercado da arte problemático para alguns. Outro caráter que torna o mercado conflituoso para esses atores é a *commoditização* da arte. Ao tornar contextualmente obras de arte trocáveis por dinheiro, como tantos outros bens o são, as pessoas atuantes no mercado aproximam bens artísticos de coisas ordinárias. E quando fazem isso, têm por objetivo algo ainda mais ordinário: fazer dinheiro. Lembremos que comprar arte com o objetivo de revendê-la ganha contornos acusatórios, mesmo entre os compradores de arte.

Parece haver, por parte significativa dos atores da arte contemporânea, um esforço contínuo em mantê-la apartada das demais esferas da vida. Isso é discutido em alguma medida nos escritos de Geertz relativos à arte como um sistema cultural (1997), nos de Pierre Bourdieu sobre a autonomia da arte (1996) e em problematizações a tal autonomia através de conceitos como heteronomia – que versa sobre como, muito embora a arte componha sistemas relativamente autônomos das demais esferas da vida, essa autonomia é parcial. (GRAW, 2012) Vimos ao longo desta etnografia que existe uma interdependência entre o circuito institucional e o mercado de arte, tanto no sentido da construção de um lastro para os preços das obras através de reconhecimentos institucionais, como através do incentivo ao colecionismo (com os clubes de colecionadores) e da tecitura de redes de relações artísticas entre colecionadores (programas de patronato e formação de conselhos). A interdependência entre esses circuitos (institucional e mercadológico) é reiterada de forma sistemática pelos especialistas em mercado de arte contemporânea citados ao longo desta tese. Um exemplo é Ana Letícia Fialho, para quem

A importância dos colecionadores privados brasileiros fica evidente não só por sua capacidade de movimentar o negócio das galerias, fomentando indiretamente a produção contemporânea na medida que constituem e expandem suas coleções privadas, mas também como agentes fundamentais do colecionismo institucional. Comitês de aquisição, clubes de

colecionadores, grupos de patronos... Os modelos e programas podem apresentar diferenças, não obstante, a captação de recursos junto a indivíduos com alto poder aquisitivo constituem a principal estratégia das instituições brasileiras para viabilizar aquisições. (FIALHO, 2017, p. 386)

Em um dossiê recente sobre o sistema de arte da revista *ouvirOUver*, organizado pelo pesquisador Nei Vargas da Rosa, foi publicado um pequeno texto de Isabelle Graw intitulado “Arte boa, mercado mau? Sobre falsas polaridades e subtextos econômicos”, que reflete sobre o que ela chama de acúmulo de “queixas sobre a expansão do mercado artístico e suas consequências supostamente devastadoras para a arte”. (2017, p. 397) Um trecho desse texto, que acessei quando a escrita dessas considerações finais já estava em andamento, resume bem a perspectiva que construí ao longo dos últimos anos a respeito do embate mercado de arte *versus* outros circuitos da arte contemporânea, em especial no que tange ao referido esforço de separação da arte das demais esferas da vida:

Na definição da arte moderna pela estética do século XVIII já estava implícita uma dimensão econômica: ao proclamar a arte como um princípio mais elevado e, mais do que isso, ao desobrigá-la de sua finalidade específica, a estética criou as condições ideais para a exploração mercadológica da arte. [...] A formulação do conceito moderno de arte abriu caminho para as transações de obras de arte supostamente autônomas num mercado de arte com as características do de hoje. (GRAW, 2017, p. 398)

E, contraditoriamente, em uma espécie de tragédia paradoxal, ao mesmo tempo que se esforçam por manter as obras de arte autônomas das demais esferas da vida, mais únicas se tornam as obras de arte. E quanto mais únicas, mais elas parecem interessar àqueles que pretendem produzir (ou mesmo lavar) dinheiro através delas.

Ao mesmo tempo em que muito se fala sobre paixão dentro do mercado de arte, há um aspecto fundamental que aparece em diferentes momentos desta etnografia e que perpassa a relação entre colecionadores, artistas, galeristas e as obras de arte: uma certa exigência de moderação.²⁴⁶ Idealmente, é preciso que o artista não produza demais (e algumas pessoas atrelam justamente à baixa produção o sucesso de alguns artistas dentro do mercado e/ou aos preços astronômicos que atingem), para que não caia em uma produção “viciada” e pouco reflexiva; é preciso que o colecionador não compre demais, no sentido de sair comprando aleatoriamente coisas que não “conversem” com sua coleção – e, principalmente,

246 Percepção esta que devo a Ciméa Bevilaqua e sua generosa leitura desta tese.

é preciso que o colecionador venda o mínimo possível as obras que adquiriu; é preciso que o galerista não venda demais, no sentido de concentrar seus esforços unicamente nas vendas ou venda aleatoriamente para qualquer comprador. Tais ações podem desencadear rumores e acusações (tão apaixonadas quanto a paixão pela arte) que, em última instância, destacam o interesse dos atores em fazer dinheiro com arte, e não na arte em si. Mas tais moderações parecem, justamente, permitir que o mercado exista de forma um pouco menos instável através da produção e reafirmação de qualidades materiais, intelectuais e morais de pessoas e coisas, idealmente atrelados em um interesse primeiro pela arte.

Já fechando essas considerações finais, gostaria de falar um pouco sobre uma ideia que apareceu repetidamente na fala dos colecionadores: a de conviver com arte. Segundo Eduardo Brandão, sua coleção *“pode ser investimento pela importância da convivência que meus filhos e amigos deles têm em ver arte”*. (QUINTAS, 20/09/2009) Certo dia, caminhando por uma feira de arte com uma amiga, produtora cultural e curadora, ao passarmos ao lado de um quadro de um desses mestres do modernismo brasileiro, ela me disse: *“uma das coisas que mais me impressiona nas feiras de arte é o quão próximo podemos chegar de uma obra dessas. Em um museu haveria no mínimo uma sinalização no chão indicando uma proximidade máxima permitida.”* (diário de campo, abril de 2015) A proximidade e o convívio com as obras de arte são privilégios de poucos, dentre eles, os colecionadores. Segundo a colecionadora Catherine Petitgas, a posse e a proximidade com as obras são as principais recompensas de ser colecionadora. (QUIROGA, último acesso em 22/02/2015) Como diz Adriano Gomide em sua tese,

nós – os não-colecionadores – certamente temos as obras de arte de nossa predileção que uma vez ou outra percorremos mentalmente. Já as pessoas, que em algum momento decidiram adquirir as obras de arte de sua predileção, tornando-se colecionadores, podem percorrer a própria coleção renovando o contato com o objeto, i.e. com a obra, sempre que quiserem. (GOMIDE, 2014, p. 316)

Na convivência, sob o olhar diário do colecionador, as obras de arte podem se transformar. Foi o que aconteceu com Werlang, que narrou que a princípio não gostava de uma das pinturas de sua coleção (se bem me lembro, que havia ganho de algum artista ou comprado por sua insistência), mas que costumava parar para observá-la de maneira contemplativa até que um dia uma parte da pintura projetou-se para fora da tela em direção a

ele: “o artista falava que isso aconteceria e eu realmente vi isso”. (diário de campo, junho de 2017) Isso mudou seu olhar sobre a tela.

Na convivência com a arte, os colecionadores se humanizam, na perspectiva de um colecionador chamado Carlos Perktold,²⁴⁷ entrevistado por Gomide.

Quando questionado sobre por que construiu um instituto para abrir sua coleção, João Carlos Figueiredo Ferraz tem uma resposta padrão: por “puro egoísmo”, porque queria ver as obras de sua coleção expostas, para tê-las diante de seus olhos. Silvio Frota, que afirmou já ter ido em busca de uma obra que havia emprestado para trazer de volta para casa porque ele e sua família estavam com saudades dela, afirmou que

quem coleciona e que ama aquelas obras [que tem], quer ver a obra. Você sente que é como um filho aquilo [...] Quando [a obra es]tá fora de casa, que a gente chega e não vê, aquilo mexe com a gente. Às vezes eu acordo de madrugada, sento na minha sala e fico olhando as coisas. Aquilo é como que se fosse um filho. Foi duro para comprar. E aquilo tá dentro de você.
(Silvio Frota in FESTIVAL CULTURA EM MINICICLOS, 13/09/2017)

Ao longo das narrativas dos colecionadores, em diferentes momentos apareceram falas de que uma coleção precisa ser composta conforme as suas escolhas pessoais, que coleções precisavam ter “a cara dos colecionadores” e assim em diante. Eduardo Brandão afirmou: “minha coleção no fundo é um documento da minha vida”. (in QUINTAS, 20/09/2009) Como bem colocou Fernando de Tacca, “indivíduo e coleção são intrinsecamente dependentes e habitam o mesmo território”. (2015, p. 16) Ou, mais radicalmente, pensando na afirmação de Eduardo Brandão de que “sua coleção faz parte do seu corpo, igual ao calcanhar” QUINTAS, 20/09/2009), a coleção é o corpo do colecionador. Afinal, como afirma Baudrillard, “coleccionamos sempre nós mesmos” e “a coleção é feita de uma sucessão de termos, mas seu termo final sempre é a pessoa do colecionador”. (1993, p. 99) A coleção não só faz o colecionador, ela é em alguma medida o próprio colecionador. E, enquanto corpo do colecionador, a coleção é formada por partes distribuídas dos artistas. Parece fazer sentido pensar o colecionador, então, como uma quimera composta por partes de outros (obras de artistas) que ele mesmo escolheu. A coleção tem algo de íntimo, de pessoal, de intransferível. Se uma obra de arte é uma criação, uma coleção também o é. Assim como as obras são

247 Colecionador mais focado em arte moderna, residente em Belo Horizonte.

pensamentos, as coleções também o são. Se “a pintura pensa” (DIDI-HUBERMAN, 2012), a coleção pensa também.

O mercado de arte e a prática do colecionismo são perpassadas pela produção de relações. Em última instância, como espero ter demonstrado ao longo deste trabalho através das vozes de meus interlocutores, uma coleção é formada por obras de arte em relação (e consequentemente pensamentos em relação, pessoas em relação).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS E DOCUMENTAIS

endereços virtuais (sites, blogs e páginas)

24ª. BIENAL DE SÃO PAULO. [sem data]. *24ª. Bienal de São Paulo*. Endereço: <http://www.bienal.org.br/exposicao.php?i=2341>, último acesso em 26/10/2017.

30ª. BIENAL DE SÃO PAULO. [sem data]. *30ª. Bienal de São Paulo*. Endereço: <http://www.bienal.org.br/exposicao.php?i=2347>, último acesso em 17/08/2017.

ABACT. [sem data]. *Associação Brasileira de Arte Contemporânea (Abact)*. Endereço: <http://abact.com.br/>, último acesso em 14/02/2018.

A GENTIL CARIOCA. [sem data]. *A Gentil Carioca*. Endereço: <http://agentilcarioca.com.br/>, último acesso em 20/10/2017.

APEX-BRASIL. [sem data]. *Portal Apex-Brasil*. Endereço: <http://www.apexbrasil.com.br>, último acesso em 10/02/2018.

ARMANI. [sem data]. *Armani*. Endereço: <https://www.armani.com/us/armanicom>, último acesso em 08/02/2018.

ARNAUD, Raquel. [sem data]. *Raquel Arnaud*. Endereço: <http://raquelarnaud.com.br/>, último acesso em 05/02/2018.

ART BASEL. [sem data]. *Art Basel*. Endereço: <https://www.artbasel.com/>, último acesso em 06/10/2017.

ARTEBA. [sem data]. *ArteBA*. Endereço: <http://www.arteba.org/>, último acesso em 21/01/2017.

ARTE 1. [sem data]. *Arte 1*. Endereço: <http://arte1.band.uol.com.br/>, último acesso em 06/10/2017.

ART HALL. [sem data]. *Art Hall*. Endereço: <http://artehall.com.br/>, último acesso em 01/01/2018.

ARTRIO. [sem data]. *ArtRio*. Endereço: <http://www.artrio.art.br/>, último acesso em 21/10/2017.

AS MENINAS. [sem data]. *As meninas*. Endereço: <http://leiaasmninhas.com.br/>, último acesso em 11/06/2015.

ASSOCIATION OF PROFESSIONAL ART ADVISORS. [sem data]. *Association of Professional Art Advisors*. Endereço: <http://www.artadvisors.org/>, último acesso em 29/12/2017.

AXA ART AMÉRICAS CORPORATION. [sem data]. *AXA Art Américas Corporation*. Endereço: <https://www.axa-art.com/us>, último acesso em 31/05/2018.

BALDESSARI, John. [sem data]. *John Baldessari*. Endereço: <http://www.baldessari.org/>, último acesso em 02/10/2017.

BANFI, Chiara. [sem data]. *Chiara Banfi*. Endereço: <http://www.chiarabanfi.com/>, último acesso em 06/02/2018.

BELFER, Julie. [sem data]. *Consultoria de Arte Julie Belfer*. Endereço: <https://www.juliebelfer.com/contato>, último acesso em 29/12/2017.

BOILER GALERIA. [sem data]. *Boiler Galeria*. Endereço: <https://www.boilergaleria.com.br/>, último acesso em 18/07/2017.

BOTTEGA VENETA. [sem data]. *Bottega Veneta*. Endereço: <https://www.bottegaveneta.com/us>, último acesso em 21/201/2017.

BRANCO, Miguel Rio [sem data]. *Miguel Rio Branco*. Endereço: <http://www.miguelriobranco.com.br/>, último acesso em 06/10/2017.

BROWN, Cecily. [sem data]. *Cecily Brown*. Endereço: <http://cecilybrown.com/>, último acesso em 07/02/2018.

CALDER FOUNDATION. [sem data]. *Calder Foundation*. Endereço: <http://www.calder.org/>, último acesso em 01/06/2018.

CASA DA IMAGEM. [sem data]. *Casa da Imagem* [site]. Endereço: <http://www.casadaimagem.com.br/>, último acesso em 17/07/2017.

CASA TRIÂNGULO. [sem data]. *Casa Triângulo*. Endereço: <http://www.casatriangulo.com/>, último acesso em 25/06/2015.

CENTRE GEORGES POMPIDOU. [sem data]. *Centre Pompidou*. Endereço: <https://www.centrepompidou.fr/>, último acesso em 15/06/2015.

CHAIA, Lia. [sem data]. *Lia Chaia*. Endereço: <http://www.liachaia.com/>, último acesso em 07/02/2018.

CHANDON. [sem data]. *Chandon*. Endereço: http://www.chandon.com.br/home_chandon/, último acesso em 30/10/2017.

CHOQUE CULTURAL. [sem data]. *Choque Cultural*. Endereço: <http://www.choquecultural.com.br/pt/>, último acesso em 05/01/2017.

CHRISTIE'S. [sem data]. *Christie's Auctions & Private Sales*. Endereço: <http://www.christies.com/>, último acesso em 22/01/2017.

COLLEZIONISTA. [sem data]. *Collezionista*. Endereço: <http://www.ijoao.com/pt-br/servicos/>, acessado em 29/12/2017.

CONTENTE, Carlos. [sem data]. *Carlos Contente*. Endereço: <http://www.carloscontente.com.br/>, último acesso em 07/02/2017.

CROSSROADS. [sem data]. *Crossroads*. Endereço: <http://crossroadsart.net/about/>, último acesso em 02/10/2017.

DAN GALERIA. [sem data]. *DAN Galeria*. Endereço: <http://www.dangaleria.com.br/>, último acesso em 21/07/2017.

DARDOT, Marilá. [sem data]. *Marilá Dardot*. Endereço: <https://mariladardot.com/>, último acesso em 06/02/2018.

DEMOCRART. [sem data]. *Democrart*. Endereço: <http://www.democrart.com.br/aboutart/artista/chelipa-ferro/>, último acesso em 06/02/2017.

DIOR. [sem data]. *Dior*. Endereço: https://www.dior.com/home/pt_br, último acesso em 08/02/2018.

DOCUMENTA. [sem data]. *Documenta de Kassel*. Endereço: <https://www.documenta.de/>, último acesso em 08/12/2017.

ENCICLOPÉDIA ITAÚ CULTURAL. [sem data]. *Enciclopédia Itaú Cultural*. Endereço: <http://enciclopedia.itaucultural.org.br/>, último acesso em 06/02/2018.

FAROL GALERIA DE ARTE E AÇÃO. [sem data]. *Farol Show*. Endereço: <http://farolshow.com.br/br/>, último acesso em 27/10/2017.

FELIX, Nelson. [sem data]. *Nelson Felix*. Endereço: <http://nelsonfelix.com.br/>, último acesso em 28/02/2018.

FONDATION CARTIER POUR L'ART CONTEMPORAIN. [sem data]. *Foundation Cartier pour l'art contemporain*. Endereço: <http://fondation.cartier.com/#/en/home/>, último acesso em 15/06/2015.

FONDATION HENRI CARTIER-BRESSON. [sem data]. Henri Cartier-Bresson. in. *Fundação Henri Crier Bresson*. Endereço: <http://www.henricartierbresson.org/en/hcb/>, último acesso em 05/02/2018.

FÓRUM PERMANENTE. [sem data]. *Fórum Permanente*. Endereço: <http://www.forumpermanente.org/>, último acesso em 21/10/2017.

FUNARTE. [sem data]. *Fundação Nacional de Artes – FUNARTE*. Endereço: <http://www.funarte.gov.br/>, último acesso em 22/01/2017.

FUNDAÇÃO BIENAL DO MERCOSUL. [sem data]. *Fundação Bienal do Mercosul*. Endereço: <http://www.fundacaobienal.art.br/>, último acesso em 06/02/2018.

FUNDAÇÃO CULTURAL DE CURITIBA. [sem data]. *Fundação Cultural de Curitiba*. Endereço: <http://www.fundacaoculturaldecuritiba.com.br/>, último acesso em 22/01/2017.

FUNDAÇÃO VERA CHAVES BARCELLOS. [sem data]. Fundação Vera Chaves Barcellos. Endereço: <http://www.fvcb.com>, último acesso em 05/02/2018.

FUKE, Mauro. [sem data]. *Mauro Fuke* [blog]. Endereço: <http://mauro-fuke.blogspot.com.br/>, último acesso em 28/02/2018.

GAGOSIAN GALLERY. [sem data]. *Gagosian Gallery*. Endereço: <http://www.gagosian.com/>, último acesso em 06/07/2017.

GALERIA CELMA ALBUQUERQUE. [sem data]. *Galeria Celma Albuquerque*. Endereço: <http://galeriaca.com/>, último acesso em 30/10/2017.

GALERIA DE ARTE ANDRÉ. [sem data]. *Galeria de Arte André*. Endereço: <http://www.galeriandre.com.br/gustavo-nakle/>, último acesso em 28/02/2018.

GALERIA ESTAÇÃO. [sem data]. *Galeria Estação*. Endereço: <http://www.galeriaestacao.com.br/index.asp>, último acesso em 21/2012017.

GALERIA FORTES VILAÇA. [sem data]. *Galeria Fortes Vilaça*. Endereço: <http://www.fortesvilaca.com.br/artistas>, último acesso em 07/01/2017.

GALERIA LUISA STRINA. [sem data] *Galeria Luisa Strina*. Endereço: <http://www.galerialuisastrina.com.br/>, último acesso em 06/02/2018.

GALERIA MILLAN [sem data]. *Galeria Millan* [site]. Endereço: <http://www.galeriamillan.com.br/>, último acesso em 06/10/2017.

GALERIA NARA ROESLER. [sem data]. *Galeria Nara Roesler* [site]. Endereço: <https://nararoesler.art/>, último acesso em 30/10/2017.

GALERIA VERMELHO. [sem data]. *Galeria Vermelho* [site]. Endereço: <http://www.galeriavermelho.com.br/>, último acesso em 06/02/2018.

GASPARIAN, GASPAR. [sem data]. *Gaspar Gasparian* [site]. Endereço: <http://gaspargasparian.com/>, último acesso em 06/02/2018.

GLAMURAMA. [sem data]. *Glamurama* [site]. Endereço: <https://glamurama.uol.com.br/>, último acesso em 14/02/2018.

HAUSER & WIRTH. [sem data]. *Hauser & Wirth*. Endereço: <https://www.hauserwirth.com>, último acesso em 05/10/2017.

HIRST, Damien. [sem data]. *Damien Hirst*. Endereço: <http://www.damienhirst.com/>, último acesso em 21/10/2017.

INSTITUTO DE ARTE CONTEMPORÂNEA. [sem data]. *IAC – Instituto de Arte Contemporânea* [site]. Endereço: www.iacbrasil.org.br, último acesso em 05/06/2015.

INSTITUTO BRASILEIRO DOS MUSEUS. [sem data]. *Portal do Instituto Brasileiro dos Museus*. Endereço: <http://www.museus.gov.br/>, último acesso em 31/05/2018.

INSTITUTO FIGUEIREDO FERRAZ. [sem data]. *Instituto Figueiredo Ferraz*. Endereço: <http://www.institutofigueiredoferraz.com.br/>, último acesso em 29/05/2018.

INSTITUTO INHOTIM. [sem data]. *Inhotim*. Endereço: <http://www.inhotim.org.br/>, último acesso em 29/05/2018.

KAPOOR, Anish. [sem data]. *Anish Kapoor* [site]. Endereço: <http://anishkapoor.com/>, último acesso em 21/20/2017.

KOONS, Jeff. [sem data]. *Jeff Koons* [site]. Endereço: <http://www.jeffkoons.com/>, último acesso em 21/10/2017.

LARRY'S LIST. [sem data]. *Larry's List* [site]. Endereço: <http://www.larryslist.com/>, último acesso em 05/12/2017.

LATITUDE. [sem data]. *Latitude – Plataforma for Brazilian art galleries abroad* [site]. Endereço: <http://www.latitudebrasil.org/sobre-nos/abact/>, último acesso em 26/10/2017.

LUCIANA CARAVELLO. [sem data]. *Luciana Caravello Arte Contemporânea*. Endereço: <http://www.lucianacaravello.com.br/>, último acesso em 31/05/2018.

MARTINEZ, Carolina. [sem data]. *Carolina Martinez* [site]. endereço: <http://www.carolinamartinez.com.br/>, último acesso em 06/10/2017.

MARTON, José. [sem data] *Marton Studio* (site). Endereço: <http://www.martonestudio.com.br/>, último acesso em 06/01/2018.

MCCCURRY, Steve. [sem data]. *Steve McCurry*. Endereço: <http://stevemccurry.com/>, último acesso em 05/02/2018.

MENDES, Hugo. [sem data]. *Hugo Mendes*. Endereço: <http://ybakatu.com/hugo-mendes>, último acesso em 21/10/2017.

MENDES WOOD DM. [sem data]. *Mendes Wood DM*. Endereço: <http://www.mendeswooddm.com/>, último acesso em 24/06/2015.

MIGNONE, Vânia. [sem data]. *Vânia Mignone*. Endereço: <https://www.vaniamignone.com/>, último acesso em 07/02/2018

MINISTÉRIO DA CULTURA. [sem data]. *Ministério da Cultura (MinC)*. Endereço: <http://www.cultura.gov.br/>, último acesso em 26/10/2017.

MUNIZ, Vik. [sem data]. *Vik Muniz*. Endereço: <http://vikmuniz.net/>, último acesso em 05/02/2018.

MUSEO NACIONAL DEL PRADO. [sem data]. *Museu Nacional Del Prado*. Endereço: <https://www.museodelprado.es/>, último acesso em 07/02/2018.

MUSEU DE ARTE MODERNA DO RIO DE JANEIRO. [sem data]. *Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro* (MAM Rio). Endereço: <http://mamrio.org.br/>, último acesso em 08/02/2018.

MUSEU DE ARTE DE SÃO PAULO. [sem data] *Museu de Arte de São Paulo (Masp)*. Endereço: <https://masp.org.br/>, último acesso em 31/12/2017.

MUSEU DE ARTE MODERNA DE SÃO PAULO. [sem data]. *Museu de Arte Moderna de São Paulo (MAM-SP)*. Endereço: <http://mam.org.br>, último acesso em 31/12/2017.

MUSEU DE ARTE DO RIO. [sem data]. *Museu de Arte do Rio*. Endereço: <http://www.museudeartedorio.org.br/>, último acesso em 06/02/2018.

MUSEUM OF MODERN ART (MoMA). [sem data]. *The Museum Of Modern Art*. Endereço: <http://www.moma.org/>, último acesso em 15/06/2015.

NEHEMY, Gabriel. [sem data]. *Gabriel Nehemy*. Endereço: <http://www.gabrielnehem.com.br/pt/>, último acesso em 06/02/2018.

O BEIJO. [sem data]. *O beijo*. Endereço: <http://www.obeiijo.com.br/>, último acesso em 02/10/2017.

O ÍNDIO NA FOTOGRAFIA BRASILEIRA [sem data]. “Cláudia Andujar” [página]. In: *O índio na fotografia brasileira*. Endereço: <http://povosindigenas.com/claudia-andujar/>, último acesso em 03/02/2018.

OS GÊMEOS. [sem data]. *Os Gêmeos*. Endereço: <http://www.osgemeos.com.br/pt>, último acesso em 05/01/2017.

PACE GALLERY. [sem data]. *Pace Gallery*. Endereço: <http://www.pacegallery.com/>, último acesso em 21/10/2017.

PAÇO DAS ARTES. [sem data]. *Paço das Artes*. Endereço: <http://www.pacodasartes.org.br/>, último acesso em 21/10/2017.

PARTE. [sem data]. *Feira Parte*. Endereço: <http://www.feiraparte.com.br/>, último acesso em 21/10/2017.

PINACOTECA DO ESTADO. [sem data]. *Pinacoteca do Estado de São Paulo*. Endereço: <http://www.pinacoteca.org.br/>, último acesso em 15/06/2015.

PIVÔ. [sem data]. *Pivô*. Disponível em: <http://www.pivo.org.br/>, último acesso em 31/05/2015.

PORTAL PORTINARI. [sem data]. *Portal Portinari*. Endereço: <http://www.portinari.org.br/>, último acesso em 06/02/2018.

PORTAL DA TRANSPARÊNCIA. [sem data]. *Portal da Transparência*. Endereço: <http://transparencia.gov.br/>, último acesso em 19/10/2015.

PRÊMIO PIPA. [sem data]. *Prêmio Pipa*. Endereço: <http://www.premiopipa.com/>, último acesso em 06/02/2018.

QATAR MUSEUMS. [sem data]. *Qatar Museums*. Endereço: <http://www.qm.org.qa/>, último acesso em 16/02/2018.

RAMOS, Nuno. [sem data]. *Nuno Ramos*. Endereço: <http://www.nunoramos.com.br/>, último acesso em 30/10/2017.

RUFINO, José. [sem data]. *José Rufino*. Endereço: www.joserufino.com, último acesso em 31/01/2018.

SALVARO, Cleverson. [sem data]. *C. L. Salvaro*. Endereço: <http://salvaro.tumblr.com/>, último acesso em 07/02/2018.

SENISE, Daniel. [sem data]. *Daniel Senise*. Endereço: <http://www.danielsenise.com/daniel-senise/home/>, último acesso em 28/02/2018.

SIM GALERIA [sem data]. *Sim Galeria*. Endereço: <http://simgaleria.com>, último acesso em 17/07/2017.

SHERMAN, Cindy. [sem data]. *Cindy Sherman*. Endereço: <http://www.cindysherman.com/>, último acesso em 05/02/2018

SP-ARTE. [sem data]. *SP Arte*. Endereço: <https://www.sp-arte.com/>, último acesso em 21/10/2017.

SP-ARTE|FOTO. [sem data]. *SP-Arte Foto*. Endereço: <https://www.sp-arte.com/foto/visitacao/>, último acesso em 21/10/2017.

SOTHEBY'S. [sem data]. *Sotheby's: Fine Art Auctions & Private Sales*. Endereço: <http://www.sothebys.com/en.html>, último acesso em 22/01/2017.

TATE MODERN [sem data]. *Tate Modern* [site]. Endereço: <http://www.tate.org.uk/visit/tate-modern>, último acesso em 15/06/2015.

THE ART NEWSPAPER [sem data]. *The Art Newspaper* [site]. Endereço: <http://theartnewspaper.com/>, último acesso em 22/01/2017.

THE EUROPEAN FINE ART FONDATION. [sem data]. *The European Art Fine Fondation*. Endereço: <https://www.tefaf.com/home>, último acesso em 07/02/2018.

THE METROPOLITAN MUSEUM OF ART. [sem data]. *The Metropolitan Museum of Art*. Endereço: <https://www.metmuseum.org>, último acesso em 07/02/2018.

TOD'S. [sem data]. *Tod's* [site]. Endereço: http://www.tods.com/en_ww/, último acesso em 06/07/2017.

TUPINAMBÁ, Yara. [sem data]. *Yara Tupinambá*. Endereço: <http://yaratupynamba.com.br/>, último acesso em 03/02/2018.

VEIGA, Manoel. [sem data]. *Manoel Veiga*. Endereço: <http://www.manoelveiga.com.br/>, último acesso em 25/12/2016.

VICENTE, Gil. [sem data]. *Gil Vicente*. Endereço: <http://www.gilvicente.com.br/>, último acesso em 25/12/2016.

WHITE CUBE. [sem data]. *White Cube*. Endereço: <http://whitecube.com/>, último acesso em 21/10/2017.

YBAKATU. [sem data]. *Ybakatu*. Endereço: <http://ybakatu.com/>, último acesso em 17/07/2017.

YVON LAMBERT. [sem data]. *Yvon Lambert*. Endereço: <http://www.yvon-lambert.com/>, último acesso em 30/10/2017.

ZULEIKA BISACCHI GALERIA DE ARTE. [sem data]. *Zuleika Bisacchi Galeria de Arte*. Endereço: <http://zbgaleriadearte.com.br/>, último acesso em 30/05/2018.

entrevistas, vídeos, depoimentos, palestras, documentos

ARAÚJO, Cecília e FRIEDMAN, Ana. 04/02/2015. “José Olympio Pereira: ‘Excelência contagia da mesma forma que mediocridade contagia. Cola em gente muito boa, porque pega’” (Entrevista). In: *Na prática*. Disponível em: <http://www.napratica.org.br/inspire-se/bate-papo-com-jose-olympio-pereira/>, último acesso em 02/06/2015.

ARTLOAD. 25/11/2016. “Pedro Barbosa - Collector”. In: *Artload*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=32rFY7YmdIA>, último acesso em 05/02/2018.

_____. “Mara and Marcio Fainziliber - Collector”. In: *Artload* (YouTube). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=CN3A2QA8OSc>, último acesso em 06/12/2017.

ARTRIO. 07/09/2013. “Ernesto Neto e Cabelo: A Gentil Carioca completa 10 anos”. in: *ArtRio Fair*. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=PhzTFnvMrks>, último acesso em 21/10/2017.

ASSIS, Leonardo da Silva de. 07/05/2015. “SP-Arte 2011 - Discursos sobre o mercado”. in: *iptvUSP*. Disponível em: <http://iptv.usp.br/portal/video.action;jsessionid=8E1C974059DDEEFEFA202B844DDF327F?idItem=27857>, último acesso em 07/02/2018.

ESTADÃO. 24/08/2016. “‘Entre Nós’ recebe Heitor Reis”. In: *TV Estadão*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Q7HhJJ24OsM>, último acesso em 07/02/2018.

ESTATUTO DO MUSEU DE ARTE MODERNA DE SÃO PAULO. 20/03/2010. Disponível em: <http://mam.org.br/institucional/lei-de-acesso/estatuto/>, último acesso em 06/02/2018.

FESTIVAL CULTURA EM MINICICLOS. 13/09/2017. Debate|Colecionismo de Arte. In: *Festival Cultura em Miniciclos*. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=U5DSAe1Ydmo>, último acesso em 05/02/2018.

FOLLOW ARTERIAL. 18/05/2016. “Camilla and Eduardo Barella”. In: *Follow Arterial*. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=QwNy_uA0Ib8, último acesso em 06/12/2017.

GALERIA MIGUEL NABINHO. 27/01/2011. “Entrevista com Eduardo Brandão”. In: Galeria Miguel Nabinho. Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=43Q4Uu_s_Vo, último acesso em 27/12/2017.

GLAMURAMA, 12/09/2014. Narcisa Tamborindeguy na SP-Arte. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=WEUHB6f7PcY>, último acesso em 28/09/2017.

GOLDSTEIN, Ilana S.; QUEMIN, Alain.. “Mercado de arte, instituições artísticas e... passaportes. Entrevista com Alain Quemin”. Tradução: Ilana Seltzer Goldstein e Luisa Victória Pessoa de Oliveira. In: Revista PROA, no. 01, vol. 01. 2010. Disponível em: [http://www.ifch.unicamp.br/proa/pdfs/Entrevista%20Alain%20Quemin%20\(traduzida\)%20-%2019.pdf](http://www.ifch.unicamp.br/proa/pdfs/Entrevista%20Alain%20Quemin%20(traduzida)%20-%2019.pdf), último acesso em 25/01/2015.

GRUPO GLAMURAMA. [sem data]. “Glamurama. Apresentamos o grupo glamurama” [.pdf]. Disponível em: http://static.glamurama.uol.com.br/2012/02/GLAMURAMA_GERAL.pdf, último acesso em 14/02/2018.

INSTITUTO MOREIRA SALLES. 14/02/2013a. “‘Desentendimento’: Heitor Reis e Paulo Sérgio Duarte | Bloco 1 de 6”. In: *imoreirasalles*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=A3IOVMBhaO4>, último acesso em 18/01/2018.

_____. 14/02/2013b. “‘Desentendimento’: Heitor Reis e Paulo Sérgio Duarte | Bloco 2 de 6”. In: *imoreirasalles*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=1FacEvfeoQk>, último acesso em 18/01/2018.

_____. 14/02/2013c. “‘Desentendimento’: Heitor Reis e Paulo Sérgio Duarte | Bloco 3 de 6”. In: *imoreirasalles*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=0XsRyqbDzHg>, último acesso em 18/01/2018

_____. 15/02/2013a. “‘Desentendimento’: Heitor Reis e Paulo Sérgio Duarte | Bloco 4 de 6”. In: *imoreirasalles*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=NCMwttN1qOE>, último acesso em 18/01/2018.

_____. 15/02/2013b. “Desentendimento’: Heitor Reis e Paulo Sérgio Duarte | Bloco 5 de 6”. In: imoreirasalles. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=OciWGqb8jI8&t=135s>, último acesso em 18/01/2018.

_____. 15/02/2013c. “Desentendimento’: Heitor Reis e Paulo Sérgio Duarte | Bloco 6 de 6”. In: imoreirasalles. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=IbnWbCjbMw0&t=619s>, último acesso em 18/01/2018.

ITAÚ CULTURAL, 04/02/2013a. Ana Longobardi e Eduardo Brandão - Mercado de Arte - Programa Experiência (2012) - Parte 1/3. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=8V4D3l-l0JY&t=2s> , último acesso em 27/12/2017.

_____. 04/02/2013b. Ana Longobardi e Eduardo Brandão - Mercado de Arte - Programa Experiência (2012) - Parte 2/3. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=PAEYmyJq0-8>, último acesso em 27/12/2017.

_____. 04/02/2013. Ana Longobardi e Eduardo Brandão - Mercado de Arte - Programa Experiência (2012) - Parte 3/3. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=qI8dpJo6jMY>, último acesso em 06/02/2013.

MACHADO, João Castelo Branco; SANTOS, Valéria Oliveira; CORDOVA, Dayana Zdebsky de (2011). *O corte do alfaiate* [filme]. 70”

MORENO, Ricardo. 07/11/2016. Bernardo Paz - MECAInhotim. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=dwWdMj9JMtM>, último acesso em 06/12/2017.

PINACOTECA DE SÃO PAULO. 2016. Patronos 2016 (lista). In: *Pinacoteca*. Disponível em <http://pinacoteca.org.br/wp-content/uploads/2016/11/patronos-2016.pdf>, último acesso em 08/01/2018.

REVISTA BRAVO. 24/08/2016. Bravo! entrevista: Bernardo Paz, fundador de Inhotim. In: *Revista Bravo!*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=PYCTOsyETw>, último acesso em 05/02/2018.

ROSE, Aaron. 2012. The gallerina. Disponível em <https://vimeo.com/48851613>, último acesso em 27/09/2015.

SP-ARTE. 13/05/2011. “Coleções Privadas: José Olympio Pereira (coleccionador)”. In: *Speaker Serie 2011*. Palestra realizada na SP-Arte 2011, mediada por Ana Letícia Fialho. Registrada em video por: Fórum Permanente. Fonte: <http://iptv.usp.br/portal/Id.do?>

instance=0&id=uspzuIBr4F15NK3Hh81yi5ku-xnosezYTxSVUJ-2802MIg.&type=video, último acesso em 22/03/2015.

_____. 2013. “Diálogos: Alfredo Setubal” (vídeo). In: *SP-Arte*. Disponível em: <https://www.sp-arte.com/midias/2013/dialogo-com-alfredo-setubal/>, último acesso em 01/12/2017.

_____. 26/06/2012. “Entrevista com Luiz Augusto Teixeira de Freitas”. In: *SP-Arte*. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=jqnOxeMY5Gg>, último acesso em 12/12/2017.

_____. 10/04/2015. SP-Arte/2015: “Talks - Arte como Valor”. In: *SP-Arte*. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=Mxsz7EguRyM>, último acesso em 06/04/2015.

Tim Ingold, 29/01/2014. “A antropologia em crise. Entrevista com Tim Ingold”. Entrevista de Vivian Scheinsohn (publicada originalmente no jornal argentino Clarín em 08/01/2013). Tradução de André Langer In: *Instituto Humanitas Unisinos*. Disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/527726-a-antropologia-em-crise-entrevista-com-tim-ingold>, último acesso em 28/10/2017.

PINHEIRO, Marcelo. 09/06/2014. “Ascensão em números”. In: *Arte!Brasileiros*. Atualizada em 10/06/2014. Entrevistado por Marcelo Pinheiro. Endereço: <http://www.select.art.br/crescer-com-sustentabilidade/>, último acesso em 22/01/2016.

PORTAL BRASIL. (07/02/2012). “Brasil Arte Contemporânea”. In: *Portal Brasil* [site]. Última modificação em 28/07/2014. Endereço: http://www.cultura.gov.br/artigos/-/asset_publisher/WDHIazzLKg57/content/soft-power-577081/10883, último acesso em 11/10/2015.

SP-Arte. 09/04/2017. *Bastidores da montagem: Arte 1 na SP-Arte/2017*. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=u56SIYSbzbU>, último acesso em 08/08/2017.

SP-Arte/2016. Application.

SP-Arte/2011. Catálogo.

SP-Arte/2016. Planta.

SP-Arte/2018. Regulamento.

matérias em periódicos não acadêmicos e afins

ADACHI, Vanessa e BORGES, Robinson. 20/07/2012. “Colecionador na pele de banqueiro”. In: *Valor Econômico*. Disponível em: <http://goo.gl/I6KIFj>, último acesso em 22/05/2015.

ALVES, Júlia. 10/10/2017. “Gaudêncio Fidelis se pronuncia sobre carta enviada por Justo Werlang após fechamento da Queermuseu.” In: *GZH*. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/colunistas/rede-social/noticia/2017/10/gaudencio-fidelis-se-pronuncia-sobre-carta-enviada-por-justo-werlang-apos-fechamento-da-queermuseu-cj8m6ecr500td01oy84fvmd2.htm>, último acesso em 23/11/2017.

_____. 12/09/2017. “Justo Werlang se pronuncia sobre a ‘Queermuseu’”. In: *GZH*, disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/colunistas/rede-social/noticia/2017/09/justo-werlang-se-pronuncia-sobre-a-queermuseu-9895753.html>, último acesso em 23/11/2017.

ALZUGARAY, Paula. (08/04/2013). “Crescer com sustentabilidade”. In: *Select*. Edição 27. Disponível em <http://www.select.art.br/crescer-com-sustentabilidade/>, último acesso em 22/01/2016.

ALZUGARAY, Paula; NORBIATO, Luciana Pareja. 14/12/2015 “Dez anos Fartos”. In: *Select*, nº. 27. Disponível em <https://www.select.art.br/7067-2/>, último acesso em 07/12/2017.

AMAURI JR. 15/09/2017. “MESA DE PISTA: novidades da cena lírica, das artes e do entretenimento & mais” In: *Amauri Jr.*. Disponível em <https://amauryjr.blog.bol.uol.com.br/2017/09/15/mesa-de-pista-novidades-da-cena-lirica-das-artes-e-do-entretenimento-mais/>, último acesso em 04/01/2017.

AMOROZO, Guilherme. Colecionar arte é um ato emocional, segundo especialistas no assunto. In: *Casa Vogue*. Disponível em: <http://casavogue.globo.com/Casa-Vogue-Experience/noticia/2017/10/colecionar-arte-e-um-ato-emocional-segundo-especialistas-no-assunto.html>, último acesso em 05/02/2018.

ANGEL, Hildegard. 20/05/2012. “A festa do José Olympio ferveu no depósito de vidros”. In: *Hildegard Angel*. Disponível em: <http://www.hildegardangel.com.br/a-festa-do-jose-olympio-ferveu-no-deposito-de-vidros/>, último acesso 06/02/2018.

ANJOS, Anna Beatriz; FRANCO, Guilherme. (08/04/2015) “Por meio de clubes, MAM incentiva colecionadores e produtores de artes plásticas”. In: *FORUM*. Disponível em: <https://www.revistaforum.com.br/2015/04/08/por-meio-de-clubes-mam-incentiva-colecionadores-e-produtores-de-artes-plasticas/>, acesso em 01/01/2018.

ARTE 1. 09/04/2017. *Bastidores da montagem*. In: *SP-Arte*. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=u56SIYSbzbU>, último acesso em 06/10/2017.

ARTNET. 29/10/2014. “Meet 20 of the World's Most Innovative Art Collectors”. In: *Artnet*. Disponível em: <https://news.artnet.com/art-world/meet-20-of-the-worlds-most-innovative-art-collectors-117315>, último acesso em 09/06/2015.

_____. 29/04/2015. “Top 200 Art Collectors 2015”. In: *Artnet*. Disponível em <https://news.artnet.com/art-world/top-200-art-collectors-2015-part-one-286048>, último acesso em 08/06/2015.

ARTREVIEW. [2014] “2014 Power 100: a ranked list of contemporary art world's most powerful figures”. In: *Art Review*. Disponível em: http://artreview.com/power_100/, último acesso em 07/06/2015.

_____. [2017] “2017 Power 100: This year's most influential people in the contemporary artworld”. In: *ArtReview*. Disponível em: http://artreview.com/power_100/, último acesso em 16/02/2018.

ARTSY. [sem data]. “Lin Yi Hsuan”. In: *Artsy*. Disponível em: <https://www.artsy.net/artist/lin-yi-hsuan>, último acesso em 21/20/2017.

ASSIS, Leonardo da Silva. 07/05/2015. “SP-Arte 2011 - Discursos sobre o mercado”. In: *IPTV USP*. Disponível em: <http://iptv.usp.br/portal/transmiss%C3%A3o/video.action;jsessionid=F822397249E51B5EFB48263F81AED24F?idItem=27857>, último acesso em 16/01/2017.

ASSIS, Tatiane de. 31/03/2016. “Ingênuos são aqueles que acham que feira de arte é só comércio”. Série Gente de arte. In: *O beijo*. Disponível em: <http://www.obeiijo.com.br/noticias/ingenuos-sao-aqueles-que-acham-que-feira-de-arte-e-so-comercio-12771313>, último acesso em 02/10/2017.

AZEVEDO, Rafael Luis. 22/03/2017. “O homem que colecionava fotos”. In: *Vice*. Disponível em: https://www.vice.com/pt_br/article/8qbbep/o-homem-que-colecionava-fotos, último acesso em 23/11/2017.

BARBOSA, Mariana. [12/09/2010](#). “Investidor faz permuta, paga obras em parcelas e prefere artista jovem”. In: *Folha de São Paulo*. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mercado/me1209201004.htm>, acessado em 07/06/2015.

BARROS, Guilherme. 08/04/2007. “Condenado, ex-banqueiro nega os crimes e ataca BC”. In: *Folha de São Paulo*.

_____. 19/02/2010. “Athina Onassis vende cobertura em São Paulo por R\$ 35 milhões”. In: *Guilherme Barros*. Disponível em: <http://guilhermebarros.ig.com.br/2010/02/19/athina-onassis-vende-cobertura-em-sao-paulo-por-r-35-milhoes/>, último acesso em 08/01/2018.

BATISTA JR., João. 28/04/2017. “Sofia Derani vira líder do projeto Jovens Patronos”. In: *Veja São Paulo*. Disponível em: <https://vejasp.abril.com.br/blog/terraceo-paulistano/sofia-derani-projeto-masp/>, último acesso em 03/01/2018.

BRASILEIROS. 12/09/2014. “Quarta edição da ArtRio abre ao público no Pier Mauá”. In: *Brasileiros*. Disponível em: <http://brasileiros.com.br/2014/09/quarta-edicao-da-artrio-abre-ao-publico-no-pier-maua/>, último acesso em 22/03/2015.

CARTA CAPITAL. 09/01/2013. “Brasil, campeão mundial em trabalhadores domésticos”. In: *Carta Capital*. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/sociedade/brasil-campeao-mundial-em-trabalhadores-domesticos>, último acesso em 06/02/2018.

CHRISTIE'S. 10/11/2015. “The Brazil Golden Art Collection”. In: *Christie's*. Disponível em: <http://www.christies.com/features/The-Brazil-Golden-Art-Collection-6785-3.aspx>, último acesso em 19/01/2018.

_____. 06/05/2016. “When innovation and creativity merge”. In: *Christie's*. Disponível em: <http://www.christies.com/features/A-Selection-of-Brazilian-Artists-in-Latin-American-Art-7332-1.aspx>, acessado em 19/01/2018.

CORRÊA, Julia. 18/03/2017 “Presidente da Fundação Iberê Camargo fala sobre sua coleção de arte”. In: *O Estado de São Paulo*, In: <http://alias.estadao.com.br/noticias/geral/presidente-da-fundacao-ibere-camargo-fala-sobre-sua-colecao-de-arte,70001702871>, último acesso em 19/03/2017.

CORREIA, João. 14/04/2014. “Investimento em arte”. In: *Collecionista*. Disponível em: <http://www.ijoao.com/pt-br/artigos/investimento-em-arte/>, último acesso em 20/01/2018.

CORREIO DO POVO, 06/06/2017. “Projeto Miniciclos debate colecionismo de arte em Porto Alegre”. In: *Correio do Povo*. Disponível em: <http://correiodopovo.com.br/ArteAgenda/Variedades/Arte/2017/6/619675/Projeto-Miniciclos-debate-colecionismo-de-arte-em-Porto-Alegre>, último acesso em 09/02/2018.

DALLEY, Jan. 05/01/2018. “O mercado de arte está louco?”. In: *Valor*. Disponível em: <http://www.valor.com.br/cultura/5246291/o-mercado-de-arte-esta-louco>, último acesso em 07/01/2018.

DASARTES, 10/10/2012. “Eduardo e Camilla Barella”. In: *DASartes* 24. Disponível em: <http://dasartes.com.br/materias/eduardo-e-camilla-barella/>, último acesso em 07/12/2017.

_____. 10/06/2012. “Mônica e George Kornis”. In: *DASartes* 21. Disponível em: <http://dasartes.com/materias/monica-e-george-kornis/>, último acesso em 14/02/2018.

DETANICO, LAIM. 10/04/2009. “José Marton”. In: *DASartes*, 03. Disponível em: <http://dasartes.com/materias/jose-marton/>, último acesso em 16/02/2018.

DIÁRIO NÃO MERCANTIL. 02/05/2014. “Inhotim, a lavagem de dinheiro e a gavetas do STF”. In: *Diário não mercantil*. Endereço: <http://diarionaomercantil.com/2014/02/05/inhotim-a-lavagem-de-dinheiro-e-as-gavetas-do-stf/>, último acesso em 14/10/2014.

DW. 19/07/2017. “‘Herdamos uma pilha de escombros’, diz Hans Haacke”. In: *DW*. Disponível em: <http://www.dw.com/pt-br/herdamos-uma-pilha-de-escombros-diz-hans-haacke/av-39756116>, último acesso em 21/01/2018.

ELBAOR, Caroline. 28/09/2016. “Mysteries of the Gallery Girl, Part I: Unpacking the Stereotype”. In: *Artnet*. Disponível em: <https://news.artnet.com/art-world/unpacking-gallery-girl-part-one-647642>, último acesso em 21/10/2017.

_____. 05/10/2016. “Mysteries of the Gallery Girl, Part II: From the Front Lines”. In: *Artnet*. Disponível em: <https://news.artnet.com/art-world/gallery-girl-from-the-front-lines-668834>, último acesso em 21/10/2017.

_____. “Mysteries of the Gallery Girl, Part III: After Hurricane Sandy”. In: *Artnet*. Disponível em: <https://news.artnet.com/art-world/beyond-the-desk-part-two-bracing-the-storm-661223>, último acesso em 21/10/2017.

ESPAÇO MAM. (sem data). In: *Espaço MAM Evento*. Endereço: <http://www.eventosmam.com.br/index.php#home>, último acesso em 05/01/2018.

ESPINOSA, Ângeles. 23/11/2013. “A xeique da arte”. In: *El País* (site). Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2013/11/23/internacional/1385231781_619270.html, último acesso em 16/02/2018.

FAZOLLA, Leandro. 10/06/2014. Heitor Reis. in: *DASartes*, 34. Disponível em: <http://dasartes.com/materias/heitor-reis/>, último acesso em 16/02/2018.

FERNANDES, Mariana Queiroz. “Políticas públicas e mercado das artes visuais: o programa Brasil Arte Contemporânea”. In: *IV Seminário Internacional - Políticas Culturais*, 16-18 de novembro. Disponível em: <http://culturadigital.br/politicaculturalcasaderuibarbosa/files/2013/11/Mariana-Queiroz-Fernandes.pdf>, último acesso em 20/01/2016.

FERRAZ, Marcos Grinspum. 10/03/2016. “E a roda segue girando”. In: *Arte Brasileiros*. Disponível em: <http://brasileiros.com.br/2016/03/e-roda-segue-girando/>, último acesso em 12/03/2016.

_____. 01/10/2014. “Iniciativas individuais de doações financeiras para museus ganham espaço no Brasil”. In: *Opera Mundi*. [Originalmente publicado na revista Brasileiros]. Fonte: <http://operamundi.uol.com.br/conteudo/samuel/38036/iniciativas+individuais+de+doacoes+financeiras+para+museus+ganham+espaco+no+brasil.shtml>, último acesso em 05/06/2015.

FINEMAN, Mia. 15/10/2006. “Art advisers”. In: *The New York Times*. Disponível em: <http://www.nytimes.com/2006/10/15/arts/design/15fine.html>, último acesso em 29/12/2017.

FLAMINGO, Julia. “SP-Arte 2017. Festival acontece entre quinta (6) e domingo (9)”. In: *Veja São Paulo*. Disponível em: <http://vejasp.abril.com.br/cultura-lazer/sp-arte-2017-a-feira-virou-festival/>, último acesso em 21/10/2017.

FOLHA DE SÃO PAULO, 11/03/2006. “Artistas fazem visual dos CDs”. In: *Folha de São Paulo*. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq1103200608.htm>, último acesso em 04/01/2018.

_____. 31/03/2016. “Luciano Huck e Henrique Meirelles são aceitos como conselheiros do Masp”. In: *Folha de São Paulo*. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2016/03/1755954-luciano-huck-e-henrique-meirelles-sao-aceitos-como-conselheiros-do-masp.shtml>, último acesso em 14 de dezembro de 2017.

FONSECA, Eder. 06/08/2014. “A arte sempre me tocou muito” (entrevista com Fernanda Feitosa). In: *Panorama Mercantil*. Disponível em: <http://www.panoramamercantil.com.br/a->

[arte-sempre-me-tocou-muito-fernanda-feitosa-idealizadora-e-diretora-da-sp-arte/](#), último acesso em 07/02/2016.

FRAGA, Fernanda. 27/07/2012. “Investimento na parede”. In: *Gazeta do Povo*. Disponível em: <http://www.gazetadopovo.com.br/economia/conteudo.phtml?id=1278204&tit=Investimento-na-parede>, último acesso em 03/12/2012.

FURLANETO, Audrey. 11/08/2013. “ArtRio 2013 terá público limitado”. In: *O Globo*. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/artrio-2013-tera-publico-limitado-9461423>, último acesso em 27/09/2017.

_____. 04/04/2013. “Nos meandros da SP-Arte”. In: *O Globo*. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/nos-meandros-do-mercado-da-sp-arte-8030193>, último acesso em 27/09/2017.

_____. 06/01/2013. “O lucrativo negócio da arte brasileira”. In: *O Globo*. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/cultura/o-lucrativo-negocio-da-arte-brasileira-7205925>, último acesso em em 20/01/2018.

FURLANETO, Audrey; WREDE, Catharina.. 17/09/2012. “Com 74 mil pessoas, ArtRio fica entre o êxito e o caos do crescimento. In: *O Globo*. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/com-74-mil-pessoas-artrio-fica-entre-exito-o-caos-do-crescimento-6122298>, último acesso em 27/09/2017.

G1. 29/09/2017. “Interação de criança com artista nu em museu de São Paulo gera polêmica”. In: *G1 (portal)*. Disponível em: <https://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/interacao-de-crianca-com-artista-nu-em-museu-de-sp-gera-polemica.ghtml>, último acesso em 09/01/2018.

G1 MG. 28/11/2017. “Bernardo Paz, condenado por lavagem de dinheiro, se afasta da presidência do conselho de Inhotim”. In: *G1 Minas Gerais*. Disponível em: <https://g1.globo.com/mg/minas-gerais/noticia/bernardo-paz-condenado-por-lavagem-de-dinheiro-se-afasta-da-presidencia-do-conselho-de-inhotim.ghtml>, último acesso em 16/02/2018.

GIBRAIL, Carlos Magno. 22/04/2015. “São Paulo, centro da arte sul-americana”. In: *Milton Jung*. Disponível em: <https://miltonjung.com.br/2015/04/22/sao-paulo-centro-da-arte-sul-americana/>, último acesso em 08/01/2017.

GIOIA, Mario. 26/07/2006. “MAM recebe nova coleção de arte brasileira”. In: *Folha de São Paulo*. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2607200612.htm>, último acesso em 12/01/2018.

GIL, Gilberto e FERREIRA, Juca. (11/11/2007). “Mais Cultura para mais brasileiros”. In: *Folha de São Paulo* Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/paywall/signup-columnista.shtml>?
<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniaofz1111200709.htm> , último acesso em 11/10/2015.

GIZ. 19/09/2017. “Guilherme Torres e Drausio Gragnani inauguram BRICK’ Galeria com exposição de Leonilson”. In: *Giz*. Disponível em: <http://gizbrasil.com/arte/brick-galeria-guilherme-torres-drausio-gragnani/>, último acesso em 05/01/2018.

GLAMOUR. 26/04/2017. “Sofia Derani é a nova líder da geração de jovens patronos do MASP”. In: *Revista Glamour*. Disponível em: <http://revistaglamour.globo.com/Lifestyle/noticia/2017/04/sofia-derani-e-nova-lider-da-geracao-de-jovens-patronos-do-masp.html>, último acesso em 03/01/2018.

GLAMURAMA. 25/11/2016. “Baile de gala do MASP agita o mundo das artes com show de Marisa Monte”. In: *Glamurama*. Disponível em: <https://glamurama.uol.com.br/baile-de-gala-do-masp-agita-o-mundo-das-artes-com-show-de-marisa-monte/>, último acesso em 04/01/2018.

_____. 23/11/2017. “Com noite em tom de protesto, Masp celebra 70 anos com muito axé. Saiba o que rolou por lá”. In: *Glamurama*. Disponível em: <https://glamurama.uol.com.br/com-noite-em-tom-de-protesto-masp-celebra-70-anos-com-muito-axe-saiba-o-que-rolou-por-la/>, acessado em 04/01/2018.

_____. 04/12/2013. “Entre obras de arte, Renata Paula Seripieri comemorou aniversário com festão”. In: *Glamurama*. Disponível em: <https://glamurama.uol.com.br/entre-obras-de-arte-renata-paula-seripieri-comemorou-aniversario-com-festao/>, último acesso em 04/01/2018.

_____. 14/06/2016. “Jantar de lançamento do programa Jovens Patronos do MASP”. In: *Glamurama*. Disponível em: <https://glamurama.uol.com.br/galeria/jantar-de-lancamento-do-programa-jovens-patronos-do-masp/>, último acesso em 05/01/2018.

_____. 19/05/2012. “José Olympio Pereira comemora 50 anos com festa em São Paulo”. In: *Glamurama* [site]. Endereço: <http://glamurama.uol.com.br/jose-olympio-pereira-comemora-50-anos-com-festa-em-sao-paulo/>, último acesso em 22/05/2015.

_____. 25/04/2017. “Masp nomeia Sofia Derani como líder de sua nova geração de patronos”. In: *Glamurama*. Disponível em: <http://gla.mu/2nn3y>, último acesso em 31/05/2018.

_____. 26/04/2017. “Sofia Derani é a nova líder da geração de jovens patronos do MASP”. In: *Revista Glamour*. Disponível em: <http://revistaglamour.globo.com/Lifestyle/noticia/2017/04/sofia-derani-e-nova-lider-da-geracao-de-jovens-patronos-do-masp.html>, último acesso em 03/01/2018.

_____. 31/10/2016. “Patricia Fainziliber assume direção da versão carioca da galeria Nara Roesler”. In: *Glamurama*. Disponível em: <https://glamurama.uol.com.br/patricia-fainziliber-assume-direcao-da-versao-carioca-da-galeria-nara-roesler/>, último acesso em 29/12/2017.

_____. 14/05/2016. “Paulo Vieira, colecionador, comemora 50 anos”. In: *Glamurama*. Disponível em: <https://glamurama.uol.com.br/paulo-vieira-colecionador-de-arte-comemora-50-anos/>, último acesso em 05/01/2018.

_____. 12/04/2015. Disponível em: “Por dentro do jantar de lançamento do Instituto José Marton”. Disponível em: <https://glamurama.uol.com.br/por-dentro-do-jantar-de-lancamento-do-instituto-jose-marton/>, último acesso em 16/04/2015.

_____. 24/08/2012. “Os artistas que passaram pela festa “Panorama”, no Museu de Arte Moderna em São Paulo”. In: *Glamurama*. Disponível em: <https://glamurama.uol.com.br/galeria/os-artistas-que-passaram-pela-festa-panorama-no-museu-de-arte-moderna-em-sao-paulo/>, último acesso em 04/01/2018.

GONÇALVES, Marcos Augusto. (12/04/2013). “Andréa e José Olympio Pereira incorporam novos nomes à sua coleção centrada na arte brasileira”. In: *Revista bamboo*. Disponível em: <http://bamboonet.com.br/posts/andrea-e-jose-olympio-pereira-incorporam-novos-nomes-a-suacolecao-centrada-na-arte-brasileira>, último acesso em 22/05/2015.

GONÇALVES FILHO, Antonio. 14/03/2003. “Os novos colecionadores”. In: *Época*, edição 252. Disponível em: <http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EDG56176-6011,00-OS+NOVOS+COLECCIONADORES.html>, último acesso em 10/01/2017

GROSSMANN, Martin. 09/2011. “Sobre o Fórum Permanente: Museus de Arte; entre o público e o privado”. In: *Fórum Permanente*. Disponível em: <http://www.forumpermanente.org/sobre>, último acesso em 18/02/2016.

GUSMÃO, Flávia. 19/03/2017. “Colecionar é abnegação”. In: *Jornal do Commercio*. Disponível em: <http://jconline.ne10.uol.com.br/canal/cultura/artes->

plasticas/noticia/2017/03/19/colecionar-e-abnegacao-274827.php, último acesso em 23/11/2017.

HARPERS BAZAAR. [sem data]. “Gallery Girl: Olivia Tabet”. In: *Harpers Bazaar*. Disponível em: <http://harpersbazaar.uol.com.br/cultura/gallery-girl-olivia-tabet/>, último acesso em 27/09/2015.

HOFFMAN, Jan. 30/03/2008. [sem data]. “Gatekeepers to the Art World”. In: *The New York Times*. Disponível em: <http://www.nytimes.com/2008/03/30/fashion/30gallerinas.html>, último acesso em 07/02/2018.

IGUATEMI. [sem data]. “Iguatemi São Paulo celebra a arte na cidade”. In: *Iguatemi*. Disponível em: <http://iguatemi.com.br/arte-e-cultura/eventos-culturais/sp-arte-evcultural/sp-arte/>, último acesso em 20/08/2017).

JUSTUM, Sylvain. “Do closet: fãs dos mocassins da Tod’s explicam o por que de sua paixão”. In: *Harpers Bazaar*. Disponível em: <http://harpersbazaar.uol.com.br/moda/do-closet-fas-dos-mocassins-da-tods-explicam-o-por-que-de-sua-paixao-e-dao-dicas-de-como-usar-o-classico/>, último acesso em 05/07/2017.

KRANZ, Bell. 19/11/2013. “Colecionadores que compartilham”. In: *Casa Vogue*. Disponível em: <http://casavogue.globo.com/LazerCultura/Gente/noticia/2013/11/colecionadores-que-compartilham.html>, acessado em 06/12/2017.

LARRY'S LIST. 03/09/2013. “A passionate addiction”. In: *Larry's List*. Disponível em: <http://www.larryslist.com/artmarket/the-talks/marcelo-secaf/>, último acesso em 05/12/2017.

_____. 14/06/2017. “I have been born a collector”. In: *Larry's List*. Disponível em: <http://www.larryslist.com/artmarket/the-talks/i-have-been-a-born-collector/>, último acesso em 10/01/2018.

LEIRNER, Sheila. 14/04/2017. “Feiras e mercado de arte: um escândalo permanente”. In: *Sheila Leirner / Estadão*. Disponível em: , último acesso em 07/02/2018.

LIRA, Gláucia; STERF, Sheila. [sem data]. “Ano do Brasil na França/2005”. In: *Ministério da Cultura*. Disponível em: http://www.cultura.gov.br/por-dentro-do-ministerio/-/asset_publisher/dhdgdV8fiG9W/content/ano-do-brasil-na-franca-2005-37341/10883, [úhttp://cultura.estadao.com.br/blogs/sheila-leirner/feiras-e-mercado-de-arte-um-escandalo-permanente/](http://cultura.estadao.com.br/blogs/sheila-leirner/feiras-e-mercado-de-arte-um-escandalo-permanente/), último acesso em 15/02/2018.

LONGMAN, Gabriela. 02/10/2015. “A vida cercada de arte de Fernanda Feitosa”. In: *Casa Vogue*. Fotos de Ruy Teixeira. Endereço: <http://casavogue.globo.com/Interiores/casas/noticia/2015/10/arte-por-toda-parte-na-casa-de-colecionadora.html>, último acesso em 07/02/2016.

_____. “Exposição reúne acervo de fundo brasileiro de arte”. In: *Valor*. Disponível em: <http://www.valor.com.br/cultura/2938230/exposicao-reune-acervo-de-fundo-brasileiro-de-arte>, último acesso em 20/01/2018.

MACIEL, Nahima. 18/06/2015. “Mostra ‘Vértice’ apresenta coleção de arte contemporânea de Sérgio Carvalho”. In: *Correio Braziliense*. Disponível em: http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2015/06/18/interna_diversao_arte,486973/mostra-vertice-apresenta-colecao-de-arte-contemporanea-de-sergio-carvalho.shtml, último acesso em 12/01/2018.

MAPA DAS ARTES, [sem data/b]. “Por que Vik Muniz vale tanto?”. In: *Mapa das artes*. Disponível em: <http://istonaoeumescritorio.blogspot.com.br/2010/07/por-que-vik-muniz-vale-tanto.html>, último acesso em 10/06/2015.

MARTÍ, Silas. 06/04/2014. “Bonitas e bem relacionadas, ‘galerinas’ viram arma das galerias de arte”. In: *Folha de São Paulo*, Ilustrada. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2014/04/1435843-garotas-bonitas-e-bem-relacionadas-viram-arma-das-galerias-de-arte.shtml>, último acesso em 27/04/2014.

_____. 08/04/2015. “Em ano de crise, feira SP-Arte tem quase R\$ 6 milhões via Lei Rouanet”. In: *Folha de São Paulo*. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2015/04/1613686-em-ano-de-crise-feira-sp-arte-tem-quase-r-6-milhoes-via-lei-rouanet.shtml>, último acesso em 16/04/2015.

_____. 06/09/2012. “Em paralelo à Bienal de Sp, Inhotim abre dois novos pavilhões”. In: *Folha de São Paulo*. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/1148893-em-paralelo-a-bienal-de-sp-inhotim-abre-dois-novos-pavilhoes.shtml>. último acesso em 16/08/2017.

_____. 16/04/2015. “Vendas com isenção fiscal caem 22% na feira SP-Arte”. In: *Folha de São Paulo*, Ilustrada. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2015/04/1616993-vendas-com-isencao-fiscal-caem-11-na-feira-sp-arte.shtml>, último acesso em 02/10/2017.

_____. 18/04/2017. “Vendas com isenção fiscal na SP-Arte caem 16%”. In: *Plástico-artes visuais além do Cubo Branco (blog)*, *Folha de São Paulo*. Disponível em <http://plastico.blogfolha.uol.com.br/2017/04/18/vendas-com-isencao-fiscal-na-sp-arte-caem-16/>, último acesso em 02/10/2017.

_____. 15/04/2016. “Vendas declaradas caem 45% na feira SP-Arte, a 2ª. retração desde 2015”. In: *Folha de São Paulo*, Ilustrada. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2016/04/1761520-vendas-declaradas-caem-45-na-feira-sp-arte-a-2-retracao-desde-2015.shtml>, último acesso em 02/10/2017.

_____. 06/04/2016. “SP-Arte vive polarização política entre galeristas pró e anti-impeachment”. In: *Folha de São Paulo*, Ilustrada. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2016/04/1757720-sp-arte-vive-polarizacao-politica-entre-galeristas-pro-e-anti-impeachment.shtml>, último acesso em 02/10/2017.

MEDEIROS, Jacqueline. 10/04/2014. “Silvio Frota”. In: *DasArtes*. Disponível em: <http://dasartes.com/materias/silvio-frota/>, último acesso em 10/04/2014.

MEIRELES, Maurício. 10/03/2017. “Acionista do Itaú é maior investidor da editora dos ex-Companhia das Letras”. In: *Folha de São Paulo*. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2017/03/1865386-alfredo-setubal-do-itaue-investidor-por-tras-de-nova-editora-literaria.shtml>, último acesso em 06/12/2017.

MINISTÉRIO DA CULTURA. 09/09/2009. “Novos rumos para a nossa arte contemporânea”. In: *Cultura*. Disponível em: http://www.cultura.gov.br/o-dia-a-dia-da-cultura/-/asset_publisher/waaE236Oves2/content/novos-rumos-para-a-nossa-arte-contemporanea-248503/10883, último acesso em 29/05/2018.

MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL. [sem data]. “Caso Lava Jato”. In: *Ministério Público Federal*. Disponível em: <http://www.mpf.mp.br/para-o-cidadao/caso-lava-jato>, último acesso em 17/01/2016.

MOLINA, Camila. 15/04/2016. “SP-Arte registra R\$180 milhões em vendas”. In: *O Estado de São Paulo*. Disponível em: <http://cultura.estadao.com.br/noticias/artes,sp-arte-registra-r-180-milhoes-em-vendas,1856445>, último acesso em 21/10/2017.

MUSEU DE ARTE MODERNA DE SÃO PAULO (MAM). “Colecionismo e mercado”. In: *MUSEU DE ARTE MODERNA DE SÃO PAULO (MAM-SP)*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=SyCi3x9G0uc>, último acesso em 02/01/2018.

MUSEU OSCAR NIEMEYER. 15/11/2015. “Museu Oscar Niemeyer lança programa de patronato”. In: *Museu Oscar Niemeyer (MON)*. Disponível em: <http://www.museuoscarniemeyer.org.br/noticias/2015/11/15/programapatronato>, último acesso em 08/12/2015.

NENO, Silviane. [sem data] “O canto de Olivia Tabet”. In: *Isto é gente*. Disponível em: <http://www.terra.com.br/istoegente/edicoes/516/artigo145298-1.htm>, último acesso em 21/10/2017

NORBIATO, Luciana Pareja. 14/04/2014. “Rolezinho VIP”. In: *Select*. Disponível em: <https://www.select.art.br/rolezinho-vip/>, último acesso em 09/03/2015.

NOVO JORNAL. 14/01/2013. “Inhotim: A Grande Lavanderia Mineira”. In: *Amoral nato* (blog) Disponível em: <http://amoralnato.blogspot.com.br/2014/01/inhotim-grande-lavanderia-mineira.html>, último acesso em 20/01/2016.

PADILHA, Ivan. 04/03/2010. “Qual é o valor da arte?”. In: *Época Negócios* [on-line]. Disponível em: <http://epocanegocios.globo.com/Revista/Common/0,,EMI125293-16642-2,00-QUAL+O+VALOR+DA+ARTE.html>, último acesso em 25/06/2015.

PEREIRA, Andrea. 13/05/2015. “A China pelos olhos do Met”. In: *As Meninas*. Disponível em: <http://leiaasmeninas.com.br/andreapereira/a-china-pelos-olhos-do-met/>, último acesso em 11/06/2015.

_____, 09/06/2015. “Duas descobertas gastronômicas em Veneza”. In: *As Meninas*. Disponível em: <http://leiaasmeninas.com.br/andreapereira/duas-descobertas-gastronomicas-em-veneza/>, último acesso em 11/06/2015.

_____, 08/06/2015. “O Novo Whitney Museum”. In: *As Meninas*. Disponível em: <http://leiaasmeninas.com.br/andreapereira/o-novo-whitney-museum/>, último acesso em 11/06/2015.

_____, 07/05/2015. “A série de TV que ensina sobre arte”. In: *As Meninas*. Disponível em: <http://leiaasmeninas.com.br/andreapereira/a-serie-de-tv-que-ensina-sobre-arte/>, último acesso em 11/06/2015.

PEREIRA, José Olympio. 10/05/2014. “Uma oportunidade para nossos museus”. In: *Folha de São Paulo*. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniao/165160-uma-oportunidade-para-nossos-museus.shtml>, último acesso em 03/05/2015.

PIFFERO, Luiza, 03/01/2017. “Fundação Iberê Camargo organiza força-tarefa para superar crise e aproximar-se do grande público”. In: *GauchaZH*. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e-lazer/artes/noticia/2017/01/fundacao-ibere-camargo-organiza-forca-tarefa-para-superar-crise-e-aproximar-se-do-grande-publico-9087772.html>, último acesso em 02/01/2018.

PINACOTECA DO ESTADO DE SÃO PAULO. [sem data]. *Pinacoteca do Estado de São Paulo*. Disponível em: <http://pinacoteca.org.br/>, último acesso em 31/12/2017.

PINHEIRO, Marcelo. 09/06/2014. “Ascensão em números”. In: *Arte!Brasileiros*. Atualizada em 10/06/2014. Disponível em: <http://www.select.art.br/crescer-com-sustentabilidade/>, último acesso em 22/01/2016.

PIROVANO, Stefano. 16/05/2016. “Collector Luiz Augusto Teixeira de Freitas: ‘Too much art is produced just to feed the market’”. In: *Conceptual fine arts*. Disponível em: <https://www.conceptualfinearts.com/cfa/2016/05/16/collector-luiz-augusto-teixeira-de-freitas-too-much-art-is-produced-just-to-feed-the-supermarket/>, último acesso em 06/02/2018.

POGREBIN, Robin. 08/06/2016. “How a Dealer Prepares for the ‘Most Important’ Art Fair of the Year”. In: *The New York Times*. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2016/06/09/arts/design/how-a-dealer-prepares-for-the-most-important-art-fair-of-the-year.html>, último acesso em 21/10/2017.

POGREBIN, Robin; BOWLEY, Graham. 12/09/2015. “Salários milionários levam peritos a trocar leilões por consultoria de arte”. in: *Folha de São Paulo*. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2015/09/1680476-salarios-milionarios-levam-peritos-a-trocar-leiloes-por-consultoria-de-arte.shtml>, último acesso em 29/12/2017.

POUSADA, Paulo. (sem data). “Hans Haacke”. In: *Homeless Monalisa* [revista virtual]. Disponível em: http://homelessmonalisa.com/arquivo/sampling/HansHaacke/hans_haacke.htm, último acesso em 21/02/2018.

QUEM ACONTECE. 03/2005. “Os novos colecionadores”. In: *Quem acontece*. Edição 238. Disponível em: http://revistaquem.globo.com/EditoraGlobo/componentes/article/edg_article_print/0,3916,938089-2157-3,00.html, último acesso em 06/02/2018.

QUINTAS, Georgia. 20/09/2009. “Eduardo Brandão: um discurso amoroso sobre colecionismo”. In: *Ohavê*. Disponível em: <http://olhave.com.br/2009/09/um-discurso-amoroso-sobre-colecionismo/>, último acesso em 13/01/2009

QUIROGA, Maria. “Colecionismo em três atos”. In: *Fórum Permanente*. Disponível em: http://forumpermanente.tangrama.com.br/event_pres/exposicoes/sp-arte-2012/relatos/colecionismo-em-tres-atos, último acesso em 22/02/2015.

RAMALHO, Cristina. 13/08/2013. “Bernardo Paz”. In: *Revista TRIP/Páginas Negras*. Nº 224. Disponível em: <http://revistatrip.uol.com.br/revista/224/paginas-negras/bernardo-paz.html>, último acesso em 14/10/2015.

REDAÇÃO GQ. 13/11/2017. “Festa beneficente do MASP traz Daniela Mercury, forró e sanfona”. In: *GQ Brasil*. Disponível em: <http://gq.globo.com/Cultura/Musica/noticia/2017/11/festa-beneficente-do-masp-traz-daniela-mercury-forro-e-sanfona.html>, último acesso em 04/01/2017.

REUTERS. (24/10/2013). “Filha de emir do Qatar é eleita a mais poderosa do mundo da arte”. In: *Folha de São Paulo*. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2013/10/1361662-filha-de-emir-do-catar-e-eleita-a-mais-poderosa-do-mundo-da-arte.shtml>, último acesso em 16/02/2018.

RG. 17/10/2015. “João Pimenta cria look exclusivo para o Pinaball, o baile da Pinacoteca de São Paulo”. In: *RG*. Disponível em: <http://siterg.uol.com.br/moda/2015/10/17/joao-pimenta-cria-look-exclusivo-para-o-pinaball-o-baile-da-pinacoteca-de-sao-paulo/#2>, último acesso em 08/01/2018.

RIBEIRO, Ana Paula. 08/09/2014. “Investir em arte é opção para quem já tem carteira diversificada”. In: *O Globo*. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/investir-em-obras-de-arte-opcao-para-quem-ja-tem-carteira-diversificada-13862138>, último acesso em 14/12/2014.

ROMERO, Simon. 19/03/2012. “O empresário brasileiro que gasta US\$ 70 milhões ao ano para ter um jardim de arte”. In: *Brasil Econômico*. Disponível em: <http://economia.ig.com.br/o-empresario-brasileiro-que-gasta-us-70-milhoes-ao-ano-para-ter/n1597699134569.html>, último acesso em 14/10/2015.

RONCOLATO, Murilo. 22/10/2017. “Como o Masp embasa restrição de exposição sobre sexualidade a maiores de 18 anos”. In: *Nexo Jornal*. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/expresso/2017/10/22/Como-o-Masp-embasa-restri>

%C3%A7%C3%A3o-de-exposi%C3%A7%C3%A3o-sobre-sexualidade-a-maiores-de-18-anos, último acesso em 09/01/2018.

SAITO, Bruno Yutaka. 09/03/2012. “A arte não fala por si”. In: *Valor*. (10 e 11 de março de 2012), ano 12, no. 592. Disponível em: http://www.bgainvestimentos.com.br/files/A_arte_ao_fala_por_si.pdf, último acesso em 20/01/2013.

SALIC, sem data. “Projeto SP-Arte/2015”. In: Sistema de Apoio às Leis de Incentivo à Cultura. Disponível em <http://novosalic.cultura.gov.br/cidadao/dados-projeto?idPronac=501eac548e7d4fa987034573abc6e179MTg0NjU1ZUA3NWVmUiEzNDUwb3RT>, último acesso em 14/12/2015.

SAMPAIO, Paulo. 09/04/2017. “Na SP-Arte, artista fala da relação nebulosa entre comprador, intermediário e galerista”. In: *Glamurama*. Disponível em: <https://paulosampaio.blogosfera.uol.com.br/2017/04/09/na-sp-arte-artista-plastica-fala-da-relacao-nebulosa-entre-comprador-intermediario-e-galerista/>, último acesso em 06/02/2018.

_____. 27/04/2017. “Socialite celebra com cem pessoas título de líder dos jovens patronos do Masp”. In: *Blog do Paulo Sampaio*. Disponível em <https://paulosampaio.blogosfera.uol.com.br/2017/04/27/socialite-celebra-com-cem-pessoas-titulo-de-lider-dos-jovens-patronos-do-masp>, último acesso em em 03/01/2018.

SELECT. 10/04/2015. “Doa-se arte”. In: *Select*. Disponível em: <https://www.select.art.br/doa-se-arte/>, último acesso em 06/01/2018.

SOUZA, Carlos Eduardo de. 01/04/2014. “Marton Estúdio apresenta coleção de arte contemporânea”. In: *eMobile*. Disponível em: <http://www.emobile.com.br/site/design-e-decoracao/marton-estudio-apresenta-colecao-de-arte-contemporanea/>, último acesso em 08/12/2017.

SOUZA, Marcos de Moura e. 16/11/2017. “Criador de Inhotim é condenado à prisão por lavagem de dinheiro”. In: *Valor econômico*. Disponível em <http://www.valor.com.br/brasil/5195899/criador-de-inhotim-e-condenado-prisao-por-lavagem-de-dinheiro>, último acesso em 16/02/2018.

SP-ARTE. 20/02/2016. “Isenção do ICMS na SP-Arte/2016 está confirmada”. In: *SP-Arte*. Disponível em <https://www.sp-arte.com/noticias/isencao-do-icms-na-sp-arte2016-esta-confirmada/>, último acesso em 02/10/2017.

_____. 08/01/2015. “SP-Arte anuncia galerias participantes de sua 11ª. edição”. In: *SP-Arte*. Disponível em: <http://www.sp-arte.com/noticias/sp-arte-anuncia-galerias-participantes-de-sua-11a-edicao/>, último acesso em 21/10/2017.

_____. 26/01/2016. “SP-Arte anuncia galerias participantes de sua 12ª. edição”. In: *SP-Arte*. Disponível em: <http://www.sp-arte.com/noticias/sp-arte-anuncia-galerias-participantes-de-sua-11a-edicao/>, último acesso em 21/10/2017.

STRECKER, Marion. 04/11/2013. “Entrevista Cleusa Garfinkel”. In: *Select*. Disponível em: <https://www.select.art.br/entrevista-cleusa-garfinkel/>, último acesso em 09/03/2015.

_____. 25/10/2013. “Entrevista José Olympio Pereira: o mercado de arte sob o ponto de vista de um colecionador”. In: *Select – especial Mercado de Arte*. Disponível em: http://www.select.art.br/article/mercado_de_arte/entrevista-jose-olympio-pereira, último acesso em 23/05/2015.

SUPLICY, Marta. 24/02/2013. “O ‘soft power’ brasileiro”. In: *Folha de São Paulo*. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniaio/95343-o-quotsoft-powerquot-brasileiro.shtml>, último acesso em 15/02/2018.

TAKASHIMA, Louise. 25/11/2015. “Patronos do MON apoiam o museu e têm benefícios”. In: *TopView*. Disponível: <http://topview.com.br/estilo-cultura/patronos-do-mon-apoiam-o-museu-e-tem-beneficios/>, último acesso em 06/02/2018.

THOMPSON, Don. 17/04/2017. “Charting the Art Adviser's Rise in the Art World”. In: *Artsy*. Disponível em <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-charting-art-advisers-rise-art>, último acesso em 29/12/2017.

THORNTON, Sara. “Top 10 motivos para NÃO escrever sobre o mercado de arte”. In: *Mapa das Artes*. São Paulo, 2012. Disponível em: <http://www.mapadasartes.com.br/noticias.php?id=698&pg=11>, último acesso em 24/10/2013.

YAZBEK, Priscila. 05/10/2012. “Seis formas de ganhar dinheiro com paixões e vícios”. in: *Exame*. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/seu-dinheiro/6-formas-de-ganhar-dinheiro-com-paixoes-e-vicios/>, último acesso em 20/01/2013.

VOGUE BRASIL. 25/02/2014. “Renata Paula arma jantar em torno de Antonio Henrique Amaral”. In: *Vogue Brasil*. Disponível em: <http://vogue.globo.com/lifestyle/cultura/noticia/2014/02/renata-paula-arma-jantar-em-torno-de-antonio-henrique-amaral.html>, último acesso em 06/02/2018.

referências bibliográficas

APPADURAI, Arjun. “Introdução: Mercadorias e a política de valor”. In: APPADURAI, Arjun (org.). *A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural*. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense, 2008, p. 15-88.

ARNAUD, Raquel. *Afinidades: Raquel Arnaud*. São Paulo: Cosac Naif, 2014.

AUGÉ, Marc. *Não Lugares: Introdução a uma antropologia da supermodernidade*. Tradução: Maria Lúcia Pererira. São Paulo: Papirus, 1994.

BASBAUM, Ricardo. “Amo os artistas-etc.” In: MOURA, Rodrigo. *Políticas Institucionais, Práticas Curatoriais*. Belo Horizonte, Museu da Pampulha, 2005. Disponível em: https://rbtxt.files.wordpress.com/2009/09/artista_etc.pdf, último acesso em 14/02/2018.

BAUDRILLARD, Jean. “O sistema marginal: a coleção”. In: *O sistema dos objetos*, São Paulo: Perspectiva, 1993.

BENJAMIN, Walter. “A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica”. In: ADORNO et al. *Teoria da Cultura de massa*. Trad. de Carlos Nelson Coutinho. São Paulo: Paz e Terra, 2000. p. 221-254.

_____. “Desempacotando minha biblioteca. Um discurso sobre o colecionador”. In: *Rua de mão única*. Obras escolhidas, volume 2. Tradução de Rubens Rodrigues Torres Filho e José Carlos Martins Barbosa. São Paulo: Editora Brasiliense, 1987, p. 227-235.

_____. “O colecionador”. In: *Passagens*. Belo Horizonte: Editora UFMG; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2006, p. 237-246.

BERTOLOSSI, Leonardo. *Arte enquadrada e gambiarra: identidade, circuito e mercado de arte no Brasil (anos 80 e 90)*. Tese. São Paulo: USP, 2015.

BLANES, Ruy; FLYNN, Alex; MASKENS, Maïté e TINIUS, Jonas. Special Issue “Micro-utopias: anthropological perspectives on art, relationality, and creativity”. *Cadernos Arte e Antropologia*. Vol. 5, nº. 1, 2016.

BOURDIEU, Pierre. *A Distinção: crítica social do julgamento*. Porto Alegre: Editora Zouk, 2007a.

_____. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 2007b.

_____. *O poder simbólico*. Lisboa: Difel, 1989.

_____. *As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário*. Tradução Maria Lúcia Machado. São Paulo: Cia. das Letras, 1996.

BOURDIEU, Pierre & DARBEL, Alain. *Amor pela arte*. Os museus de arte na Europa e seu público. Tradução: Guilherme João de Freitas Teixeira. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo & Zouk, 2003.

BOYER, Dominic. *Thinking through the Anthropology of Experts*. In: *Anthropology in Action*, 15 2, 2008, p. 38-46. Disponível em: [http://anthropology.rice.edu/uploadedFiles/People/Faculty_and_Staff_Profiles/Boyer_Documents/Anthropology%20of%20Experts\(1\).pdf](http://anthropology.rice.edu/uploadedFiles/People/Faculty_and_Staff_Profiles/Boyer_Documents/Anthropology%20of%20Experts(1).pdf), último acesso em 25/01/2016.

BUENO, Maria Lucia (org). *Sociologia das artes visuais no Brasil*. São Paulo: Editora Senac, 2012.

BULHÕES, Maria Amélia. “O sistema da arte mais além da sua simples prática”. In: BULHÕES, Maria Amélia... [et. al]. *As novas regras do jogo: o sistema da arte no Brasil*. Porto Alegre: Zouk, 2014.

BURIGO, Juliana; CORDOVA, Dayana Zdebsky. *Conversas sobre arte - Curitiba, Brasil (2009-2013)*. Curitiba: Máquina de Escrever, 2015.

CALDEIRA, Teresa P.. *Cidade de Muros: crime, segregação e cidadania em São Paulo*. São Paulo: Editora 34/EDUSP, 2000.

CAMPOS, Cesar Cunha (org.). *Arte e mercado no Brasil / Art and market in Brazil*. Rio de Janeiro: FGV Projetos, 2016.

CARVALHO, Sérgio. *Duplo Olhar: um recorte da coleção Sérgio Carvalho*. São Paulo: Edição do Autor, 2014.

CAVALCANTI, Maria Laura; GONÇALVES, Renata (Org.). *Carnaval em múltiplos planos*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2009. 357 p.

CINTRÃO, Rejane; GIBRAIL, Carlos Magno; COLONTONIO, Alex e BORGES, Paulo. “Facetas: a arte e o design na obra de José Marton”. Tradução: Elizabeth Rayes. São Paulo: C4, 2014.

CLIFFORD, James. “Culturas Viajantes”. In: ARANTES, Antônio A.. *Espaço da diferença*. Campinas: Papyrus, 2000, p. 50-79.

COHEN, Renato. *Performance como linguagem: criação de um espaço-tempo de experimentação*. Editora Perspectiva, 2002.

COELHO, Frederico. “Um novo século para a arte brasileira”. In: CAMPOS, Cesar Cunha (org.). *Arte e mercado no Brasil / Art and market in Brazil*. Rio de Janeiro: FGV Projetos, 2016, p. 238-287.

CORDOVA, Dayana Zdebsky. *Artes visuais contemporâneas e seus fluxos: entre pessoas, objetos, falas, projetos e editais*. Dissertação, PPGAS/UFPR. Curitiba: 2010. Disponível em <http://dspace.c3sl.ufpr.br/dspace/handle/1884/36602>, último acesso em 20/01/2016.

_____. *Flânerie. Um olhar etnográfico sobre algumas ações de arte contemporânea de rua em Curitiba*. Monografia, DeAn/UFPR. Curitiba: UFPR, 2005.

_____. Brazil's Booming Art Market: Calculations, Images, and the Promotion of a Market of Contemporary Art. In: FILLITZ, Thomas; GRIJP, Paul van der. *An anthropology of contemporary art*. New York: Bloomsbury Publishing, 2018.

_____. *Uma poética da vida social da arte*. In: BURIGO, Juliana; CORDOVA, Dayana Zdebsky. *Conversas sobre arte - Curitiba, Brasil (2009-2013)*. Curitiba: Máquina de Escrever, 2015.

CORDOVA, Dayana Zdebsky; IUBEL, Aline Fonseca; STOIEV, Fabiano. *As muitas vistas de uma rua: Curitiba e a Rua Riachuelo*. Curitiba: Máquina de Escrever, 2014. Disponível em <http://editoramaquinadeescrever.com.br/wp-content/uploads/2015/02/As-Muitas-Vistas-e-book.pdf>, último acesso em 20/01/2016.

CORDOVA, Dayana Zdebsky; IUBEL, Aline Fonseca; STOIEV, Fabiano & SOUZA, Leco. *Pelos trilhos: paisagens ferroviárias de Curitiba* [livro e site]. Curitiba: Fundação Cultural de Curitiba. 2010. Disponível em www.pelostrilhos.net, último acesso em 20/01/2016.

CURIONI, Stefano Baia. “A fairy tale: the art system, globalization, and the fair movement”. In: LIND, Maria and VELTHUIS, Olav. *Contemporary art and its commercial markets: a report on current conditions and future scenarios*. Berlin: Stenberg Press. 2012.

DABUL, Lígia. *Um percurso da pintura: a produção de identidades de artista*. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense, 2001.

DELEUZE, Gilles & GUATARRI, Félix. *Mil Platôs: capitalismo e esquizofrenia*. Vol. 1. Rio de Janeiro: Editora 34, 1995.

DIDI-HUBERMAN, Georges. *A pintura encarnada. Seguido de A Obra-Prima Desconhecida de Honoré de Balzac*. São Paulo: Editora Escuta, Editora Fapesp, 2012.

FABIAN, Johannes. “Colecionando pensamentos: sobre os atos de colecionar”. In: *Mana*, Rio de Janeiro, v. 16, n. 1, p. 59-73, Apr. 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-93132010000100003&lng=en&nrm=iso>, último acesso em 07/03/2018. <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-93132010000100003>.

FAVRET-SAADA, Jeanne. “Ser afetado”. In: *Cadernos de campo*, n. 13. Tradução de Paula Siqueira. 2005. 155-161. Disponível em <<http://www.revistas.usp.br/cadernosdecampo/article/view/50263/54376>>, último acesso em 20/01/2016.

FERRAZ, João Carlos Figueiredo. *Instituto Figueiredo Ferraz: Coleção Dulce e João Carlos Figueiredo Ferraz*. São Paulo: SGFF Editorial, 2014.

FETTER, Bruna. *Narrativas conflitantes e convergentes: as feiras nos ecossistemas contemporâneos da arte*. Tese, PPGAV/UFRGS. Porto Alegre: UFRGS, 2016.

_____. “Um bom negócio: as recentes movimentações do mercado de arte contemporânea no Brasil”. In: BULHÕES, Maria Amélia... [et. al]. *As novas regras do jogo: o sistema da arte no Brasil*. Porto Alegre: Zouk, 2014.

FIALHO, Ana Letícia Fialho. “O mercado, os artistas, os colecionadores e as instituições”. In: *ouvirOUver*, v. 13, n.2. Uberlândia, julho/dezembro 2017, p. 378-390. Disponível em: <http://www.seer.ufu.br/index.php/ouvirouver/article/view/39334>, último acesso em 16/02/2018. <http://dx.doi.org/10.14393/OUV21-v13n2a2017-3>

_____. [sem data] “Os interesses econômicos e a ‘autonomia’ das artes: falsas dicotomias, um certo romantismo e o poder do mercado”. In: *Fórum Permanente*. Sem data de publicação. Disponível em: http://www.forumpermanente.org/event_pres/mesas/dialogos-arte-e-mercado/os-interesses-economicos-e-a-autonomia-do-sistema-das-artes, último acesso em 07/01/2017.

_____. *Pesquisa setorial: O mercado de arte contemporânea no Brasil*. Projeto Latitude. 1a. Edição, julho de 2013. Disponível em: http://media.latitudebrasil.org/uploads/arquivos/arquivo/relatorio_port_.pdf, último acesso em 25/01/2016.

_____. *Pesquisa setorial: O mercado de arte contemporânea no Brasil*. Projeto Latitude. 2a. Edição, abril de 2014. Disponível em: http://media.latitudebrasil.org/uploads/arquivos/arquivo/relatorio_por-1.pdf, último acesso em 25/01/2016.

_____. *Pesquisa setorial: O mercado de arte contemporânea no Brasil*. Coordenação: Dra. Ana Leticia Fialho. 3a. Edição. Setembro de 2015. Disponível em: http://media.latitudebrasil.org/uploads/arquivos/arquivo/4-pesquisa-seto_2.pdf, último acesso em 03/06/2015.

FILLITZ, Thomas. “Anthropology and discourses on global art”, *Social Anthropology Anthropologie Sociale*, 23 (3), 2015, p. 299-313.

FINGUERUT, Silvia. “Instituições e dinâmicas do mercado de arte”. In: CAMPOS, Cesar Cunha (org.). *Arte e mercado no Brasil / Art and market in Brazil*. Rio de Janeiro: FGV Projetos, 2016, p. 194-237.

FINGUERUT, Silvia; FANTINATO, Manuela; FRARE, Irineu. “Arte e Mercado no Brasil”. In: *Arte e Mercado*. In: CAMPOS, Cesar Cunha (org.). *Arte e mercado no Brasil / Art and market in Brazil*. Rio de Janeiro: FGV Projetos, 2016, p. 80-117.

FREITAS, Arthur. “Apontamentos sobre a autonomia social da arte”. In: *História Social*, nº, 11. Campinas-SP, 2005, p. 115-134. Disponível em <http://www.ifch.unicamp.br/ojs/index.php/rhs/article/view/166/158>, último acesso em 07/01/2017.

GEERTZ, Clifford. “A arte como sistema cultural”. In: *O saber local: novos ensaios em antropologia interpretativa*. 6ª. edição. Petrópolis: Ed. Vozes, 1997, p. 142-181.

GLUSBERG, Jorge. *A arte da performance*. São Paulo: Editora Perspectiva, 2003.

GOMIDE, Adriano Célio. *Colecionismo de arte moderna e contemporânea no Brasil: um estudo*. Tese. Programa de Pós-Graduação em Artes da Universidade Federal de Minas Gerais. 2014.

GRANET, Danièle, LAMOUR, Catherine. *Grandes e pequenos segredos do mundo da arte*. Tradução Procópio Abreu. Rio de Janeiro: Tinta Negra, 2014.

GRAW, Isabelle. “Gute Kunst, schlechter Markt? Über falsche Polaritäten und ökonomische Subtexte/ Arte boa, mercado mau? Sobre falsas polaridades e subtextos econômicos”. In: *ouvirOUver*, Uberlândia, v. 13, n. 2, julho/dezembro 2017, p. 392-401. <http://dx.doi.org/10.14393/OUV21-v13n2a2017-4>

_____. “In the grip of the market? On the relativ heteronomy of art, the art world, and art criticism”. In: LIND, Maria; VELTHUIS, Olav. *Contemporary Art and Its Commercial Markets: A Report on Current Conditions and Future Scenarios*. Berlin: Sternberg Press; Spånga: Tensta Konsthall, 2012, p. 183-208.

GRIJP, Paul van der. *Passion and profit. Towards and Anthropology of Collecting*. Berlin: LIT Verlag, 2006.

GRIMSHAW, Anna; RAVETZ, Amanda. “The ethnographic turn - and after: a critical approach towards the realignment of art and anthropology”, *Social Anthropology/Anthropologie Sociale*, 23 (4), 2015, p. 418–34.

HOLMES, Douglas R.. *Economy of words – communicative imperatives in central banks*, Chicago and London: The University of Chicago Press, 2014.

INGOLD, Tim. “Trazendo coisas de volta à vida: emaranhados criativos num mundo de materiais”. In: *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 18, n. 37, jan/jun 2012. p. 25-44.

KOPENAWA, Davi, ALBERT, Bruce. *A queda do céu: Palavras de um xamã yanomami*. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

KORNIS, George; SÁ-EARP, Fabio. “Origens e desenvolvimento/Origins and development”. In: CAMPOS, Cesar Cunha (org.). *Arte e mercado no Brasil / Art and market in Brazil*. Rio de Janeiro: FGV Projetos, 2016, p. 34-79.

LABRA, Daniela. “Internacionalização da arte contemporânea brasileira e direções mercadológicas”. In: CAMPOS, Cesar Cunha (org.). *Arte e mercado no Brasil / Art and market in Brazil*. Rio de Janeiro: FGV Projetos, 2016, p. 288-315.

LAGROU, Els. *Arte indígena no Brasil: agência, alteridade e relação*. Belo Horizonte: Editora C/ Arte, 2009.

LATOUR, Bruno. “Redes que a razão desconhece: laboratórios, bibliotecas, coleções”. In: PARENTE, André (org.). *Tramas da rede*. Novas dimensões filosóficas, estéticas e políticas da comunicação. Porto Alegre: Editora Salina, 2013. pp 39-63.

_____. “Social theory and the study of computerized work sites”. In: ORLINOKOWSKI, W. J., WALSHAM, Geoff (editors). *Information Technology and Changes in Organizational Work*. London: Chapman and Hall, 1995, p. 295-307. Disponível em: <http://www.bruno-latour.fr/sites/default/files/61-COMPUTERS-GB.pdf>, último acesso em 02/05/2016.

_____. *Jamais fomos modernos - Ensaio de antropologia simétrica*, trans. C. I. Costa, Rio de Janeiro: Editora 34, 1994.

LEAL, Natacha Simei. *Nome aos bois*. Zebus zebueiros em uma pecuária brasileira de elite. Tese, PPGAS/USP. São Paulo: 2014. Disponível em <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8134/tde-12052015-102330/pt-br.php>, último acesso em 20/10/2017.

LEIRNER, Piero de Camargo. “A etnografia como extensão da guerra por outros meios: notas sobre a pesquisa com militares”. In: *Mana* 15 (1). 2009, p. 59-89. Disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-93132009000100003&script=sci_arttext, último acesso em 20/01/2016. <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-93132009000100003>.

_____. “O campo do ‘centro’ na ‘periferia’ da Antropologia”. In: *Revista de Antropologia*. V. 47. São Paulo: USP, 2014, p. 85-118. Disponível em <http://www.revistas.usp.br/ra/article/viewFile/87751/90681>, último acesso em 20/01/2016.

LEWANDOWSKI, Andressa. *O direito em última instância: Uma etnografia da suprema corte brasileira*. Tese de doutorado, PPGAS/UnB, 2014. Disponível em: http://www.repositorio.unb.br/bitstream/10482/18359/1/2014_AndressaLewandowski.pdf, último acesso em 21/10/2017.

LIMA, Edilene Coffaci de. “Nosso conhecimento vale ouro: sobre o valor do trabalho de campo”. In: *Anuário Antropológico* I/2014, p. 73-98. Disponível em: <http://aa.revues.org/650>, último acesso em 20/10/2017. DOI : 10.4000/aa.650

MAGNANI, José Guilherme Cantor. “De perto e de dentro: notas para uma etnografia urbana”. in: *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, vol 17, n. 49. São Paulo, junho de 2002. Disponível em http://nau.fflch.usp.br/sites/nau.fflch.usp.br/files/upload/paginas/de_perto_de_dentro.pdf, último acesso em 21/10/2017.

_____. “Quando o campo é a cidade”. In: MAGNANI, José Guilherme Cantor, LUCCA, Lilian de. *Na metrópole - textos de antropologia urbana*. São Paulo: EDUSP, 1996. Disponível em http://nau.fflch.usp.br/sites/nau.fflch.usp.br/files/upload/paginas/qnd_o_campo_cidade.pdf, último acesso em 30/10/2017.

_____. “O lazer na cidade”. In: *Nau: laboratório do núcleo de antropologia urbana da USP* [site]. Texto apresentado ao Condephaat para fundamentar o processo de tombamento do Parque do Povo. São Paulo, 4 de julho de 1994. Disponível em: <http://nau.fflch.usp.br/sites/nau.fflch.usp.br/files/upload/paginas/lazernacidade.pdf>, último acesso em 10/01/2017.

MCANDREW, Claire Mc. The European Fine Art Foundation Art Report 2013. *The Global Art Market, with a focus on China and Brazil*. Prepared by Dr. Claire Mc Andrew, 2013.

MELO, Tomás. *A Rua e a Sociedade: articulações políticas, socialidade e a luta por reconhecimento da população em situação de rua*. Dissertação, PPGAS/UFPR. Curitiba: UFPR, 2011. Disponível em: <http://www.humanas.ufpr.br/portal/ppga/files/2012/04/A-Rua-e-a-Sociedade-Melo-Completa2.pdf>, último acesso em 11/05/2016.

MICELI, Sergio. “O mercado de arte no Brasil 2000”. In: MARQUES, Reinaldo e VILELA, Lúcia Helena (orgs). *Valores: arte, mercado, política*. Belo Horizonte: Editora UFMG, Abralic, 2002, p. 79-105.

MORAES, Angélica. “O fiel depositário (entrevista com João Carlos de Figueiredo Ferraz)”. In: QUEMIN, Alain; FIALHO, Ana Leticia; MORAES Angélica. *O valor da obra de arte*. São Paulo: Metalivros, 2014, p. 172-204.

MOULIN, Raymonde. *O mercado de arte: mundialização e novas tecnologias*. Tradução: Daniela Kern. Porto Alegre: Zouk, 2007, p. 123.

PARSONS, Talcott. *The Social System*. London: Routledge, 1991 [1951]. Disponível em <http://home.ku.edu.tr/~mbaker/CSHS503/TalcottParsonsSocialSystem.pdf>, último acesso em 09/01/2017.

PEDROSO, Marialice. “Pintura”. In: PINSKY, Jaime (org.) *Cultura e elegância: as artes, o mundo e as regras sociais*. São Paulo: Editora Contexto, 2015, p. 124-135.

PERISSINOTO, Renato; CODATO, Adriano (orgs). *Como estudar elites*. Curitiba: Editora UFPR. 2015. Disponível em: https://www.academia.edu/25926615/Como_estudar_elites_How_to_study_elites_, último acesso em 28/04/2017.

PETTERSON, Andrew. “Percepção internacional”. In: FIALHO, Ana Leticia. *Pesquisa setorial: O mercado de arte contemporânea no Brasil*. Projeto Latitude. 2a. Edição, abril de 2014, p. 42-53. Disponível em: http://media.latitudebrasil.org/uploads/arquivos/arquivo/relatorio_por-1.pdf, último acesso em 25/01/2016.

PINHEIRO-MACHADO, Rosana; SCALCO, Lucia Mury. “Rolezinhos: marcas, consumo e segregação no Brasil.” In: *Revista de Estudos Sociais*, n. 1, 2014. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/revistaec/article/view/98372/97108>, último acesso em 09/10/2017.

POMIAN, Krzysztof. “Coleção”, Memória-História, v. 1. In: *Enciclopédia Einaudi*. Porto: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 1984.

QUEMIN, Alain. “The impact of nationality on the contemporary art market”. In: *Sociologia e antropologia*, v, 05, dezembro de 2015, p. 825 - 855.

QUEMIN, Alain; FIALHO, Ana Leticia; MORAES Angélica. *O valor da obra de arte*. São Paulo: Metalivros, 2014, 238p.

RAPOSO, Paulo e DAWSEY, John (diretores). Dossiê “Artivismo: poéticas e performance políticas na rua e na rede”. *Cadernos de Arte e Antropologia*. Vol. 4, nº. 2, 2015. Disponível em: <https://cadernosaa.revues.org/898>, último acesso 09/01/2017.

RILES, Annelise. *The Network Inside Out*. Michigan: University of Michigan Press, 2001.

ROSA, Ney Vargas. “A centralidade das colecionadoras no sistema da arte brasileiro”. In: *ouvirOUver*. Uberlândia, v.13, n. 2 jul/dez 2017, p. 480 – 492. <http://dx.doi.org/10.14393/OUV21-v13n2a2017-10>

_____. “O Estado e o empresariamento do sistema da arte”. In: BULHÕES, Maria Amélia... [et. al]. *As novas regras do jogo: o sistema da arte no Brasil*. Porto Alegre: Zouk, 2014.

ROSSET, Eleonora. “Apresentação”. In: PINSKY, Jaime (org.) *Cultura e elegância: as artes, o mundo e as regras sociais*. São Paulo: Editora Contexto, 2015, p. 11-13.

RUI, Taniele. *Corpos abjetos: etnografia em cenários de uso e comércio de crack*. Campinas: Unicamp, 2012. Disponível em: http://www.neip.info/downloads/Taniele_Rui_Tese.pdf, último acesso em 21/10/2017.

SÁ EARP, Fabio; KORNIS, George. *Estudo da Cadeia Produtiva das Artes Visuais – Relatório final consolidado*. Rio de Janeiro: IE/UFRJ, 2010.

SANCTIS, Fausto Martin de. *Lavagem de dinheiro por meio de obras de arte: uma perspectiva judicial criminal*. Belo Horizonte: Editora Del Rey, 2015, p. 330.

SANSI, Roger. *Art, Anthropology and the Gift*, London and New York: Bloomsbury, 2015.

SANTOS, Valéria O.; CORDOVA, Dayana Z.; STOIEV, Fabiano & MACHADO, João C. B.. *Alfaiatarias em Curitiba*. Curitiba: Edição dos Autores, 2009.

SKLAIR, Jessica. *Relações de segregação: novas práticas filantrópicas entre a elite paulistana*. 2007. Dissertação (mestrado). Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

SIEGEL, Katy; MATTICK, Paul. *Arte e Dinheiro*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda., 2010.

STOCCO, Daniela. *O mercado primário de arte contemporânea no Rio de Janeiro e em São Paulo*. Rio de Janeiro, UFRJ/IFCS, 2016.

STRATHERN, Marilyn. *Partial Connections*. Savage, MD: Rowman e Littlefield, 1991.

STRINA, Luisa. *Arte Total: 40 years Luisa Strina gallery*. São Paulo: Galeria Luisa Strina, 2014.

TACCA, Fernando de. *Colecionadores privados de fotografia no Brasil*. São Paulo: Intermeios, 2015. 170p.

TATUÍ, 2011. “Acumulação e empreendimento – entrevista com Afonso Luz”. In: *Tatui*, no. 11. 2011. p. 38-49.

THOMPSON, Don. *O Tubarão de 12 milhões de dólares: a curiosa economia da arte contemporânea*. Tradução Denise Bottmann. BEI Comunicações, 2012.

THORNTON, Sara. *O que é um artista?* Tradução: Alexandre Barbosa de Souza. Rio de Janeiro: Zahar, 2015.

_____. *Sete dias no mundo da arte: os bastidores, tramas e intrigas de um mercado milionário*. Editora Agir, 2010.

TRIGO, Luciano. *A grande feira: uma reação ao vale-tudo na arte contemporânea*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2009.

TURNER, Victor. *O processo ritual: estrutura e antiestrutura*. Tradução: Nancy Campi de Castro. Petrópolis: Vozes, 1974. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/1861105/mod_resource/content/1/Turner_Victor_O_processo_ritual_Estrutura_e_antiestrutura.pdf, último acesso em 21/10/2017.

VELTHUIS, Olav. *Talking Prices: Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art*. Princeton and Oxford: Princeton University Press, 2007.

VIVEIROS DE CASTRO, Eduardo. “Perspectivismo e multinaturalismo na América indígena”. In: *O que nos faz pensar*, n. 18, setembro de 2004. Disponível em: http://oquenofazpensar.fil.puc-rio.br/import/pdf_articles/OQNFP_18_13_eduardo_viveiros_de_castro.pdf, último acesso em 28/10/2017.

WU, Chin-tao. *A privatização da Cultura: a intervenção corporativa na arte desde os anos 1980*. Tradução Paulo Cezar Castanheira. São Paulo: Boitempo, 2006.