Arte contemporânea e corporativismo: o colecionismo francês em debate

Henrique Grimaldi Figueredo[1]
DOI 10.20396/eha.vi14.3353

Introdução: critérios de consagração e o papel contemporâneo do colecionismo

O sociólogo francês Alain Quemin situa a gênese do que hoje é compreendido por 'arte contemporânea' em ocasião da mostra *When Attitudes Become Form* - curadoria de Herald Szeeman - em Berna (Suíça), em 1969. Curiosamente e não sem razão, data deste mesmo momento, mais especificamente de 1970, a publicação da primeira lista KunstKompass, uma espécie de bússola dessa nova arte que classificava e organizava os cem artistas vivos mais importantes do mundo[2].

A KunstKompass foi publicada quase anualmente de 1970 a 2008, primeiramente sob a égide de seu criador, o jornalista alemão especializado na área econômica Willy Bongard, e posteriormente por sua viúva Linde Rohr-Bongard. Criticada em inúmeras ocasiões por sua suposta incontestabilidade, a KunstKompass apenas perde seu protagonismo em 2008 quando a revista *Capital* em parceria com a equipe da Artfatcs passa a publicar a *Capital* KunstmarktKompass, que apresentava o mesmo objetivo mas partia de um conjunto de critérios e avaliações cuidadosamente mais integralistas. Diferente do primeiro esforço de mensurabilidade da consagração artística da KunstKompass (que considerava as exposições individuais a partir da importância das instituições e espaços em que eram realizadas; as exposições coletivas e em bienais; e as publicações em periódicos especializados de renome internacional como *Art in America* e *Artforum*), os critérios operacionais da *Capital* KunstmarktKompass passam a contabilizar processos outros de modo a proporcionar um retrato acertadamente mais realista da arte em seu meio social.

> A Artfacts utiliza uma gama muito maior de instâncias qualificadoras: galerias de arte contemporânea, instituições públicas (que possuam ou não a sua própria coleção, sejam museus ou centros de arte), bienais e trienais, outros espaços de exposições temporárias, feiras de arte contemporânea, leilões, *art hôtels*, revistas, jornais e magazines de arte, livros de arte, escolas de arte, festivais, organizações sem fins lucrativos, instituições de gestão artística ou coleções particulares[3].

---

1 Doutorando em Sociologia pelo Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas - UNICAMP. Agência financiadora: Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo - FAPESP.

2 QUEMIN, 2016.

3 QUEMIN, 2016, s/p.

Pois bem, simultaneamente e paralelamente à essa presumida hegemonia, sabemos que o campo artístico encontra-se em perpétua concorrência. Se para Bourdieu[4] o campo existe na/a partir de suas disputas internas, a emergência de novas listas e critérios de avaliação da consagração artística habitam exatamente esse jogo discursivo onde capitais são negociados e acumulados por seus agentes, cada um deles objetivando os aspectos de dominação (aspectos subordinantes que só existem condicionados aos elementos que lhe são subordinados) de vocalização do que a arte é, e quais são os seus atores de maior relevância.

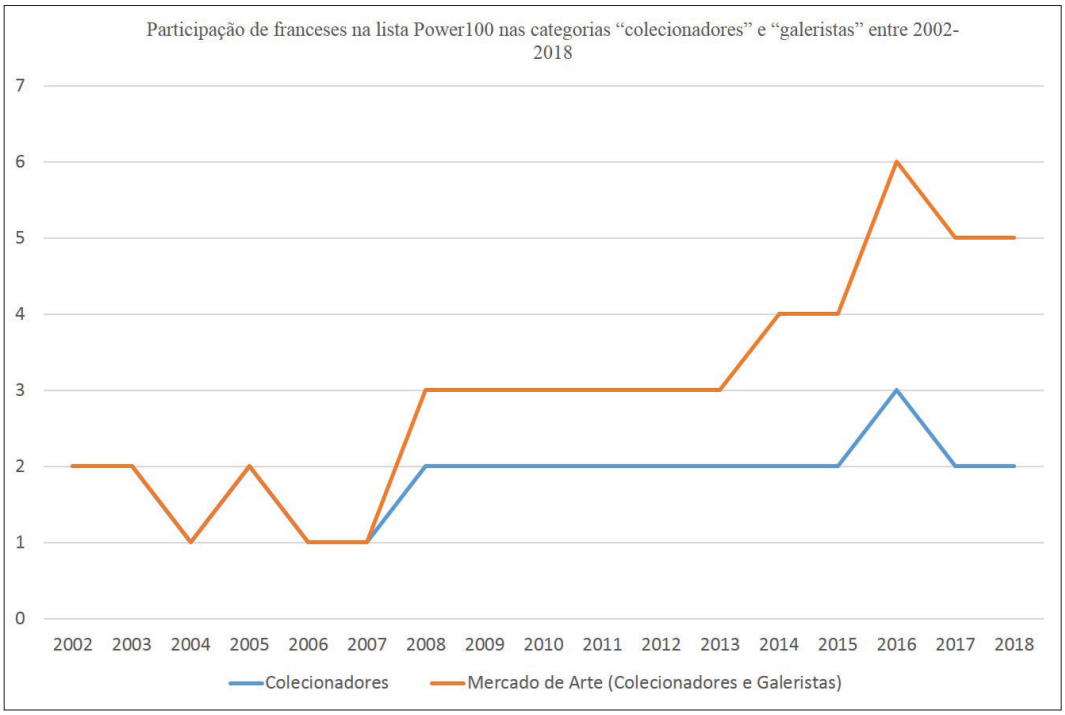
É nesse sentido que outras categorizações são produzidas, assim como novas listas que levam em consideração aspectos cada vez mais complexos do campo artístico, deslocando a centralidade da produção (artistas) para suas operações de mediação e recepção. A dimensão plástica e teórica das artes, outrora substancialmente importantes, são agora perturbadas por uma redistribuição cada vez mais vigorosa das instâncias de legitimação do campo artístico. A globalização dos mercados e a financeirização da cultura, nomeadamente a partir dos anos 1980, fornecem novo peso à agentes antes secundários nesse campo.

Se considerarmos, por exemplo, a lista Power100 da revista inglesa ArtReview, perceberemos uma alteração considerável em sua metodologia: não mais restringe-se a definição dos artistas mais importantes, mas sim dos cem agentes mais relevantes de todo campo artístico, interseccionando para esse fim vinte gêneros de atuação, origens geográficas e os anos em que esses agentes são mais relevantes[5]. Esse novo modelo reconhece, portanto, as dimensões dos mercados, das instituições e da produção de discursos sobre arte, reequilibrando seus poderes na definição das legitimidade do campo artístico.

Analisando os dados da lista Power100 - de 2002 a 2018 - a partir das categorias "colecionador" e "galeristas", seccionadas pela nacionalidade - "franceses" - podemos tecer algumas considerações (Ver Gráfico 01). Na primeira destas categorias a porcentagem varia de 1 a 3% entre os anos pesquisados, sendo 2% o dado de maior frequência. Ao cruzarmos esse grupo com os galeristas, percebemos uma variação de maior envergadura, isto é, de 2% em 2002 à 6% em 2016, e 5% em 2018. De imediato esses números aparentam certa desimportância, entretanto se consideramos

4 BOURDIEU, 1996.

5 As vinte categorias elencadas pela lista Power100 da ArtReview são: *Adviser; Architect; Art Fair; Art Fair Director; Art School Director; Artist; Auction House; Auction House Director; Collector; Curator; Director; Foundation Funder; Foundation Funder-Curator; Gallerist; Museum Director; Museum Director-Curator; Philosopher; School Director; Website; Writer*. Essa leitura torna-se relativamente mais complexa e poderia ser interpretada, por exemplo, a partir da ótica das teorias *ANT (actor-network-theory)* do sociólogo francês Bruno Latour em sua noção de agências não-humanas (aqui representadas pelas modalidades Art Fair, Auction House e Website) (FIGUEREDO, ALMEIDA, 2018). Fonte: https://artreview.com/power_100/.



[Gráfico 01] Participação de franceses na lista Power100 nas categorias "colecionadores" e "galeristas" entre 2002-2018.
Autoria própria.

que a nível global e apenas na seção "mercado de arte e colecionismo" os agentes de origem francesa equivalem à 6% de sua totalidade, há evidentemente um peso político e econômico substancial desses sujeitos nos processos de dominação do campo artístico.

Se o mercado de arte - o francês em específico - assume um peso avultado nessa análise, é porque algumas alterações consideráveis vem ocorrendo nas últimas décadas. Cabe-nos aqui os questionamentos: Qual o papel do mercado nas definições e discursos sobre a consagração artística? Quais mudanças podemos identificar como sendo cruciais à essa redistribuição dos capitais na contemporaneidade e quais as suas consequências?

Colecionismo francês em debate

Em uma leitura mais atenta dos dados recolhidos, um fato nos chama a atenção pela sua regularidade. Na categoria "colecionador" da Power100 dois nomes assumem certa preponderância desde a primeira publicação da lista em 2002. De fato, outros agentes atuantes no mercado e no colecionismo adentram a lista apenas a partir de 2008. A constância em que François Pinault (presente em todas as versões da lista de 2002 a 2018, e sendo em 2004 a terceira pessoa mais influente

do mundo da arte, e em 2006 e 2007, o agente de maior influência, estando em 1º lugar em ambas) e Bernard Arnault (curiosamente ausente nas listas de 2004, 2006 e 2007, mas presente em todos os demais anos) surgem nessa contabilização é no mínimo sintomática[6]. Ela denota uma alteração na disposição dos humores e do funcionamento no universo artístico.

Para Nathalie Moureau e Dominique Sagot-Duvauroux estamos lidando com um outro tipo de colecionadores - não mais milionários, mas bilionários - que garantem pelo acúmulo de capitais - econômico e social, transmutados posteriormente em capitais simbólicos e artísticos - seu lugar como unidade legítima - com alcance global - na criação de padrões de sociabilização e culturalização que atingem não só os participantes deste universo (novas gerações de artistas, curadores, críticos) mas também "gotejam" em outros nichos da sociedade, subordinando-as e alterando em parte o que percebemos como arte[7].

Atualmente os discursos sobre o mercado de arte tornaram-se indissociáveis de temas como os processos de globalização dos mercados, a formatação de uma cultura mundializada e, sobretudo, do redesenho das dinâmicas do capitalismo como sistema de produção e consumo cultural. Debate situado no início dos anos 1980, os processos de formação de mercados globais fundamentam uma redistribuição de poder político culminando numa progressiva transferência da cultura - antes gerenciada majoritariamente pelo Estado - ao capital empresarial, num movimento descrito por Chin-Tao Wu (2006) como "privatização da cultura". Ao ser privatizada, a cultura, e as artes em seu seio, também passam por significativas alterações: o colecionismo pode ser eclipsado por dinâmicas empresariais, e o gosto - categoricamente intransferível e pessoal - torna-se, muitas vezes, corporativamente construído e economicamente interessado[8].

Movimento compartilhado por diversas nações ocidentais, na França "os ministérios da Cultura sucessivos desenvolveram mecanismos legislativos e regulamentares de retomada do mercado e de incentivo à iniciativa de pessoas físicas e de empresas"[9]. Esse processo promoveu um movimento dúbio: se por um lado auxilia na formalização do setor e no reconhecimento de seus agentes, por outro, permite a entrada abrupta da iniciativa privada no setor cultural culminando com o nascimento de fundações e museus impulsionados por novos colecionadores, cuja motivação -

6 Bernard Arnault e François Pinault são empresários franceses do ramo do luxo e da moda. Ambos possuem museus que abrigam suas coleções de arte (Fondation Louis Vuitton e Collection Pinault, respectivamente) e participam do mercado através de ativos investidos em casas de leilão como a Christie's, Phillips e SVV Tajan (MOULIN, 2007).

7 MOUREAU, SAGOT-DUVAROUX, 2016.

8 FIGUEREDO, 2019.

9 MOULIN, 2007, p. 88.

categoria fundamental na pesquisa sobre colecionismo - cambia-se, vez ou outra, em especulação[10].

Os estímulos financeiros e os abatimentos tributários oriundos da compra de arte deram origem a uma outra tipologia de investidor na cena artística, deslocando o apelo subjetivo da produção artística ao quadro do lucro e da liquidez de ativos, isto é, da emergência de um colecionismo corporativo muitas vezes estrategicamente elaborado. Na França esse quadro é particularmente complexo e está associado à

> Abertura do mercado de arte em 2001 - e as leis de regulamentação do setor de 4 de julho e de 17 de dezembro de 2002[11] - possibilitaram que indústrias com alto poder econômico (conglomerados da moda,) se aventurassem no mercado internacional, o que explica a aquisição de casas de leilão anglo-saxônicas (Christie's e Phillips) pelo capital francês (Kering - François Pinault - e LVMH - Bernard Arnault - respectivamente)[12 13].

Funcionando a partir de uma lógica específica - que contabiliza por exemplo as *hype informations* e a produção de pequenos eventos históricos[14] - essa modalidade de colecionismo que concentra capitais nas mãos de alguns poucos agentes deve ser problematizada no sentido de uma elaboração artificial de carreiras e tendências estéticas contemporâneas. Raymonde Moulin ao estudar os padrões de consagração artística na França, identifica igualmente a centralidade que determinados colecionadores assumem na elaboração de discursos e práticas na arte contemporânea. Para a socióloga, esses megacolecionadores

> Exercem um poder de mercado: compram um grande número de obras, entre as quais várias do mesmo artista, a um preço relativamente baixo e, em acordo com o ou os marchands promotores do artista, controlam a oferta. Trata-se ai de uma colusão não habitual entre compradores e vendedores, para restringir a oferta e elevar os preços, (...), a entrada em uma grande coleção tem um efeito muito positivo na reputação do artista. Além do mais, a participação dos megacolecionadores nos conselhos de administração dos grandes museus garante a presença dos artistas que mantêm nas instituições culturais, (...), Eles tem, com efeito, o cuidado constante de não desvalorizar os artistas dos quais possuem obras, as quais constituirão, se for o caso, o fundo de um museu com o seu nome. Ao mesmo tempo ator cultural e ator econômico, o megacolecionador desempenha alternativamente

10 FIGUEREDO, 2019.

11 A lei de 4 de julho de 2002 instituiu a dedução fiscal para doações de obras adquiridas por empresas a museus. Já a lei de 17 de dezembro de 2002 definiu os novos formatos do mecenato e criou ferramentas de estímulo a consolidação de coleções e fundações privadas abertas ao público (MOULIN, 2007; BUENO, 2016).

12 Bernard Arnault e François Pinault são empresários franceses do ramo do luxo e da moda. Ambos possuem museus que abrigam suas coleções de arte e participam do mercado através de ativos investidos em casas de leilão (MOULIN, 2007).

13 FIGUEREDO, 2019, pp. 4-5.

14 Sobre isso, consultar MOUREAU, Nathalie; SAGOT-DUVAUROUX, Dominique; VIDAL, Marion. *Collectiounners d'art contemporain*. Paris: Ministère de la Culture, 2016.

> todos os papéis, o de marchand (ele compra e, eventualmente, revende), de curador, de mecenas (doações e fundações)[15].

Não há, portanto, uma mera redistribuição de valores e papéis na definição do campo artístico, mas uma justaposição, isto é, determinados agentes concentrando um grande número de poderes que os habilitam a participar da produção da crença - nos termos bourdieusianos - do que pode ser compreendido, apreciado e valorizado como arte na contemporaneidade. Tornam-se assim agentes híbridos, atores culturais-econômicos que exercem muito poder na produção e legitimação da arte posto que a um só tempo operam na definição da oferta artística, mas também formando e informando a demanda, da qual eles próprios constituem um segmento dominante, a saber, subordinantes de outros sujeitos e práticas pelo conjunto de relações sociais e capitais acumulados.

Evidentemente, não queremos dizer com isso que colecionadores "bem intencionados" e que adquirem arte por razões subjetivamente complexas tenham desaparecido, nem que os dois colecionadores supracitados estejam engajados em processos puramente especulativos, e tampouco que as dinâmicas, disputas e discursos tradicionais ao campo artístico tenham desaparecido. O que descrevemos aqui é uma dimensão outra que apenas complexifica nossa compreensão das praxes envolvidas na produção, mediação e circulação da arte contemporânea. O que tentamos pontuar é que uma análise dos objetos, sujeitos e práticas artísticas que desconsidere os poderes e papéis exercidos pelos colecionadores e pelo mercado será sempre perspectivada e lacunar. O que desejamos pontuar é que as relações entre os mundos da produção artística e de sua recepção e mediação são indissociáveis das operações mercadológicas e dos processos artificialmente e socialmente elaborados de consagração: olhar para a arte sem considerar os seus mercados seria, no mínimo, incauto.

Pois bem, se a regularidade de agentes como Bernard Arnault e François Pinault em listas recentes sobre o universo artístico nos diz algo é que devemos ponderar os elementos de privatização e financeirização da cultura como substanciais para pensarmos as atividades artísticas na contemporaneidade. François Pinault, por exemplo, figura nos últimos anos como o maior colecionador de arte contemporânea do mundo. Sua coleção possui mais de 3500 peças e distribui-se por espaços de exposição em Paris (Bourse de Commerce) e em Veneza (Punta dela Dogana; Pallazzo Grassi; Teatrino); é também acionista majoritário da casa de leilões anglo-saxônica Christie's, a segunda

15 MOULIN, 2007, pp. 28-29.

em volume de vendas de arte contemporânea[16].

A participação de colecionadores da envergadura de François Pinault e Bernard Arnault no universo artístico culmina no remonte do conjunto de relações entre as diferentes instâncias de sua sagração - a saber, artistas, marchands, curadores, críticos, galerias, museus, etc - produzindo, em consequência, algumas ameaças à formalização tradicional do campo. Assim, a participação de grandes colecionadores no mercado - não apenas como compradores, mas acionistas de casas de leilão - e nos conselhos museísticos podem acarretar: (**a**) a elaboração das informações artísticas através de seus museus privados e dos empréstimos de obras para exibição a coleções nacionais; (**b**) o fim das diferenças entre preço e valor, o que pode produzir bolhas especulativas no mercado uma vez que os critérios de valoração da arte passam agora por outras instâncias (devemos considerar as *hype informations* nessa matemática simbólica); (**c**) um jogo de mercado que cria artificialmente as *hype informations*[17] e pode encetar processos igualmente artificiais de artificação[18]; (**d**) museus públicos, muitas vezes atrelados a baixos orçamentos, tonando-se dependentes dos colecionadores para empréstimo de obras importantes e patrocínio de exposições e (**e**) a produção da crença em determinadas práticas que são convalidadas artificialmente pela estreita relação entre o capital privado e as instituições públicas que dele dependem num jogo de simbiose coparticipativa e muitas vezes interessada.

Portanto, a hipótese aqui levantada - e sustentada por investigações da sociologia da arte sobre a relação entre arte e capital econômico[19] - compreende que as corporações atuantes no mercado de arte estruturam-se como oligopólios de franja nos quais poucas empresas assumem certa notoriedade. Essa estrutura não acarreta o desaparecimento de outros negócios que executam as mesmas ou funções aproximadas, mas produz um protagonismo de umas em detrimento de outras.

16 QUEMIN, 2014; ALVAREZ, 2018; FIGUEREDO, 2019.

17 As *hype informations*, para Moureau e Sagot-Duvauroux (2016), correspondem àquele conjunto de informações espetacularizadas sobre a obra de arte - como recordes em vendas de leilão - que não correspondem efetivamente ao valor artístico da obra. Nesse sentido, ao estudarmos a arte contemporânea devemos ter sempre em mente as diferenças fundamentais entre valor e preço, esse segundo variando artificialmente por uma série de operações interessadas das quais as *hype informations* fazem parte.

18 A artificação para as sociólogas francesas Roberta Shapiro e Nathalie Hienich é a transformação da não-arte em arte (SHAPIRO, HEINICH 2013). Pode ser compreendida como um processo de processos que requalificam simbolicamente determinadas práticas e objetos. Nossa hipótese é de que, sendo um processo socialmente elaborado - e portanto artificialmente construído - estes colecionadores com suas instituições e museus, mas também seu alto volume de capital acumulado e influência sobre instituições públicas, estariam apto a promoverem procedimentos interessados de artificação, transformando práticas e elementos específicos em arte e visando - como mostra Moulin (2007) - nunca desvalorizarem suas coleções privadas. Essas dinâmicas por sua vez alterariam de modo mais ou menos geral, o que é promovido e compreendido como arte à nível global (FIGUEREDO, 2019).

19 MOULIN, 2007; MOULIN, 1992; WU, 2006; BUENO, 2016.

Pistas conclusivas

Se observarmos as categorias estabelecidas por Howard Becker[20] em seus Mundos da Arte - criação, mediação e recepção - identificamos um possível reordenamento em seus pesos quando colididos com o colecionismo contemporâneo. Práticas relativas à mediação e à recepção dos trabalhos e dos artistas - devido ao acúmulo de capitais pelos colecionadores e instituições privadas - podem encetar ou barrar carreiras, dispositivos e determinadas estéticas. A nossa hipótese - apenas uma das muitas leituras possíveis - atua no diagnóstico dos procedimento de mediação e institucionalização das obras como muitas vezes superlativo aos métodos de criação. Conclusivamente, a compreensão da arte e de suas dinâmicas na contemporaneidade é indissociável de sua relação com o mercado e o colecionismo. Somente a partir desta chave complexa que equaciona essas diferentes dimensões é que podemos compreender os caminhos das visualidades contemporâneas e da arte como prática social.

20 BECKER, 1982.

Referências Bibliográficas

ALVAREZ, José. François *Pinault, artiste contemporain*. Paris: Albin Michel Editions, 2018.

BECKER, Howard. *Art Worlds*. Berkeley: University of California Press, 1982.

BOURDIEU, Pierre. *As Regras da Arte: Gênese e Estrutura do Campo Literário*. São Paulo: Cia das Letras, 1996.

BUENO, Maria Lucia. *La condition d'artiste contemporain: entre l'université et le marché.* In: Art et Societé (Org. A. Quemin e G. Villas-Boas), Marseille, Open Edition Press, 2016.

FIGUEREDO, Henrique Grimaldi. *It's not you, its your prices at auction: arte e mercado em Pablo Helguera*. Revista do Centro de Pesquisa e Formação do SESC-SP, nº 9, 2019.

FIGUEREDO, Henrique Grimaldi; ALMEIDA, Thamara Venâncio de. *Diálogos sociotécnicos e existências híbridas: a abordagem de Bruno Latour aplicada à performação na passarela de Alexander McQueen*. CES REVISTA, v. 32, nº 2, 2018.

MOULIN, Raymonde. *O Mercado da Arte: mundialização e novas tecnologias*. Porto Alegre: Zouk, 2007

MOULIN, Raymonde. *L'Artiste, l'instituition et le marché*. Paris: Flammarion, 1992.

MOUREAU, Nathalie; SAGOT-DUVAUROUX, Dominique. *Le marche de l'art contemporain*. Paris: La Découverte, 2016.

MOUREAU, Nathalie; SAGOT-DUVAUROUX, Dominique; VIDAL, Marion. *Collectiounners d'art contemporain*. Paris: Ministère de la Culture, 2016.

QUEMIN, Alain et al. O valor da obra de Arte. São Paulo: Metalivros, 2014.

QUEMIN, Alain. *A distribuição desigual do sucesso em arte contemporânea entre as nações: uma análise sociológica da lista dos 'maiores' artistas do mundo*. In: QUEMIN, Alain; VILLAS-BÔAS, Glaucia. Arte e vida social. Paris: Open Edition Press, 2016.

SHAPIRO, Roberta; HEINICH, Nathalie. *Quando há artificação?* Sociedade e Estado, Brasília, v.28, n.1, jan/abr., 2013.

WU, Chin-Tao. *A privatização da cultura. A intervenção corporativa nas artes desde os anos 1980*. São Paulo: SESC/Boitempo, 2006.