

O paradoxo preço-valor: notas conceituais sobre “as economias” da arte contemporânea

Henrique Grimaldi Figueredo¹

 0000-0002-6324-4876

Amanda Mazzoni Marcato²

 0000-0002-5737-6629

Como citar:

In: ENCONTRO DE HISTÓRIA DA ARTE, 15, 2021, virtual. **Atas do XV Encontro de História da Arte**. Campinas: IFCH/UNICAMP, n. 15, 2022.

DOI: 10.20396/eha.15.2021.4631

Resumo

Neste trabalho apresentamos brevemente a noção de paradoxo preço-valor na arte contemporânea, isto é, as distâncias entre o preço econômico e a valoração artística. Descreveremos também como no contexto de uma economia global e de uma cultura mundializada, alguns agentes, sobretudo os colecionadores – após um movimento de intervenção corporativa nas artes – tendem a ocupar posições mais privilegiadas no campo artístico e trabalhar pela obliteração do hiato entre essas instâncias constitutivas.

Palavras-chave: Arte contemporânea. Economia simbólica. Economia econômica. Colecionismo. Consagração artística.

¹ Doutorando em Sociologia pelo Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas (IFCH/UNICAMP) com estágio doutoral (2021-2022) na École des Hautes Études en Sciences Sociales (EHESS), na França (Bolsa BEPE Fapesp 2020/02298-0). É editor executivo do periódico Todas as Artes, sediado no Instituto de Sociologia da Universidade do Porto, Portugal, e bolsista Fapesp (2019/10315-5). Contato: henriquegrimaldifigueredo@outlook.com.

² Doutoranda em Artes, Cultura e Linguagens pelo Instituto de Artes e Design da Universidade Federal de Juiz de Fora (IAD/UJFJ) com experiência – máster – pela Capital University of Economics and Business, Pequim, China. Contato: amandamazzonimarcato@gmail.com.

Contextos e pretextos

Qual a diferença entre preço e valor na arte e como tais dimensões influem sobre a constituição da consagração e hierarquização artística? Questão de grande envergadura teórica, a relação preço-valor parece ocupar uma posição proeminente nas investigações sociológicas que conferem, sobretudo a partir dos anos 1980 com os fenômenos da globalização, uma atenção adequada à constituição contemporânea dos mercados da arte e de suas intrincadas redes de agentes e instituições. Não é por capricho, portanto, que pesquisadores como o francês Alain Quemin³ e o holandês Olav Velthuis⁴, voltam-se ao circuito das grandes galerias, das feiras, das listas de aferição de qualidade artística e às instituições para desvelar os mecanismos opacos que trabalham em prol de normatizações dos modelos criativos; ou melhor, nos modos de produção e reprodução de uma verdadeira indústria cultural cuja compleição fundamental é a promoção de *stars* da arte contemporânea⁵.

De uma perspectiva puramente mercadológica esta questão arrisca-se a parecer demasiadamente estreita e direcionada a grupos muito específicos que participam dos circuitos dominantes, tanto institucionais quanto econômicos. Todavia, a operação artificializada que ratifica a precificação e a valoração da arte possui, ademais, uma dimensão sociológica inequivocamente ampla, reverberando de modo mais ou menos homogêneo sobre a cultura artística em nível global. Não é de se estranhar, portanto, que o crescimento da cobertura midiática da arte, dos recordes em leilão e da vida glamourosa de alguns criadores seja acompanhado por uma dilatação das comunidades artísticas. Prinz e Wuggenig⁶ identificam, por exemplo, que entre 1980 e 2000, o número de autodeclarados artistas nos EUA cresceu em 72%, dobrou na França entre 1982 e 1999, e praticamente triplicou na Alemanha entre 1991 e 2012. O baixo grau de “codificação” dessa profissão permitiria a qualquer um, em princípio, trabalhar como artista; aliado a isso, a extrema diversidade de possibilidades que acompanha a profissão estaria tornando o campo da arte extremamente atrativo para jovens aspirantes.

³ QUEMIN, Alain. **Le monde des galeries**: art contemporain, structure du marché et internationalisation. Paris: CNRS, 2021.
QUEMIN, Alain. **L'art contemporain international**: entre les institutions et le marché. Paris: Jacqueline Chambon, 2002.

⁴ VELTHUIS, Olav. **Talking Prices**: Symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art. Princeton: Princeton University Press, 2007.

⁵ QUEMIN, Alain. **Les stars de l'art contemporain**: Notoriété et consécration artistiques dans les arts visuels. Paris: CNRS, 2013.

⁶ PRINZ, Sofia; WUGGENIG, Ulf. Charismatic disposition and intellectualization. In: MUNDER, Heike; WUGENIG, Ulf (eds). **Das Kustfield**: Eine Studie überAkteure und Intitutionen der zeitgenössischen Kunst am Beispiel von Zurich, Wien, Hamburg und Paris. Zurich: JPR, 2012.

Sincronicamente ao alargamento das comunidades artísticas, cresce também o grupo de agentes não apenas mais aptos, mas também interessados em investir em arte. Moureau⁷ argumenta que se em 1987 o número de bilionários no mundo restringia-se a 139, em 2010 salta para 2208, muitos dos quais adquirem arte como processo de diversificação em sua cartelas de investimentos, como mecanismo de distinção ou por um prazer intrínseco em sua apropriação. De um modo ou outro, há uma dinamização dos mercados que é estreitamente acompanhada de uma profissionalização dos espaços sociais da arte materializados nas galerias, feiras, bienais, museus, prêmios e instituições educacionais.

Nesse sentido, entendemos que investigar a arte contemporânea mundial obliterando uma angulação mercadológica consistiria em uma tarefa de ingenuidade sociológica que não apenas embaçaria sua real complexidade nesse ponto de fratura – a globalização e a financeirização da cultura pós-1980⁸ – como também incorreria no risco de diagnósticos deformados das disputas operantes nesse campo que é tanto poético como laboral. Para a socióloga francesa Raymonde Moulin⁹, “toda sociologia da arte pressupõe o julgamento dos especialistas”, constituindo seu desafio maior a elaboração de uma reflexão científica sobre um terreno pantanoso que manobra conjuntamente dois universos díspares, dos elementos objetivos (preço) e subjetivos (valor artístico/estético).

Deste modo, o que chamamos de arte contemporânea, nosso objeto de análise a partir do prisma conceitual preço-valor, consiste em um segmento da arte da atualidade, que configura-se como um sistema próprio, “com alto reconhecimento intelectual e econômico, que opera em âmbito global, se desenvolvendo em continuidade e diálogo com o sistema social (instituições, mercado, etc) e ideológico da arte moderna¹⁰”, e ademais, observado pelas condições sociais e históricas de sua produção – as economias globais e a mundialização da arte¹¹ – e da figura do artista como ocupante de certa posição social do trabalho (em geral) e da divisão social do trabalho intelectual (em particular)¹².

⁷ MOUREAU, Nathalie. Colecionadores de arte: desde o outro lado do espelho. In: BULHÕES, Maria Amélia; FETTER, Bruna; ROSA, Nei Vargas. **Arte Além da Arte**. 2020.

⁸ WU, Chin-Tao. **Privatização da Cultura**: a intervenção corporativa nas artes desde os anos 80 São Paulo: Boitempo, 2006.

⁹ MOULIN, Raymonde. **Le marché de la peinture en France**. Paris: Minuit, 1989 [1967], p. 17.

¹⁰ BUENO, Maria Lucia. Coleções e arquivos como agentes da mundialização. O caso da arte brasileira nas coleções latino-americanas nos Estados Unidos, p. 65. In: BULHÕES, Maria Amélia; FETTER, Bruna; ROSA, Nei Vargas. **Arte Além da Arte**. 2020.

¹¹ É preciso observar uma distinção entre globalização e mundialização. O sociólogo Renato Ortiz, argumenta ser possível identificar aspectos da globalização quando tratamos da economia, das comunicações, dos transportes; já a cultura – e a arte em seu seio – devem ser observadas pela lente da mundialização, isto é, a partir da conjunção entre duas acepções operantes nesse “novo” mundo, os standards – responsáveis pela serialização dos bens culturais – e os patterns – responsáveis pela hierarquização de alguns bens em detrimento de outros. Dessa forma, apesar da globalização econômica, quando tratamos do campo cultural e artístico, ainda é possível identificarmos que há um grande acúmulo de capitais específicos em poucas coordenadas simbólicas – instituições e agentes – responsáveis por aferir e balizar a criação cultural – e artística – de ‘qualidade’. Esse modelo assimétrico de distribuição dos capitais culturais e simbólicos torna-se paisagem de fundo que nos permite apreender, além de uma série de fenômenos, os esquemas de variação entre preço e valor na arte contemporânea. Ver: ORTIZ, Renato. **Mundialização e Cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1998.

¹² PÉQUIGNOT, Bruno. **La question des œuvres en sociologie de l’art**. Paris: L’Harmattan, 2007.

Tomando como metodologia a colisão entre uma revisão bibliográfica seminal e dados empíricos, o objetivo deste trabalho é traçar algumas considerações conceituais sobre o paradoxo preço-valor na arte contemporânea indicando sua atuação sobre a sagração das carreiras artísticas e a pertença definitiva a um modelo econômico híbrido, que escapa ao prognóstico marxiano para aproximar-se a um fenômeno que torna incontornável a superposição entre economia simbólica e economia financeira.

O paradoxo preço-valor na arte contemporânea

O valor de uma obra de arte é constituído por uma operação interseccionada entre sua qualidade e relevância artística (aspectos estéticos e de notoriedade para a história da arte que definem seu VALOR) e seu PREÇO mercadológico (montante financeiro despendido para possuí-la). Como propriedade intrínseca dos bens simbólicos¹³ – dos quais a arte é um exímio exemplo – há, portanto, uma sobre-determinação dessas instâncias que condiciona, na experiência mesma do cálculo, uma economia econômica e uma economia simbólica.

Se outrora haviam regras muito específicas que atuavam na confirmação do valor artístico – vide os tratados de pintura e as escolas das academias reais – na arte contemporânea esse processo é um tanto mais complexo visto que os lastros referenciais que balizam tais valores sofrem esgarçamentos e tensões contínuas desde o início do século XX. Para a socióloga e economista francesa Nathalie Moureau,

A qualidade artística de uma obra de arte depende principalmente de sua originalidade e sua habilidade de se diferenciar de obras anteriores e a proposta desenvolvida pelo artista é essencial, cada um estabelece seu próprio vocabulário artístico. Assim, a avaliação da qualidade artística depende do julgamento de autoridades legitimadas que reconhecem a originalidade da abordagem do artista, qualificando-a. Estas autoridades são compostas por curadores, galeristas, colecionadores, críticos que atuam criando “pequenos eventos históricos” que gradualmente trazem o nome do artista para a história da arte. Estes pequenos eventos são sinais artísticos objetivos e consistem, por exemplo, na aquisição de uma obra de arte por um museu, na edição de um catálogo, na escrita de uma crítica em uma revista de arte, etc¹⁴.

Nesse sentido, a perspectiva trazida por Moureau alinha-se a certas acepções encontradas na praxeologia bourdieusiana sobre os modelos e processos de notabilização e legitimação de certos

¹³ Para Pierre Bourdieu irá especificar uma economia própria aos bens simbólicos, segundo a qual é possível compreendermos as operações artificiais de etiquetagem, hierarquização e precificação dos produtos culturais, cuja produção e reprodução das formas legítimas é também uma deflagração das disputas internas ao campo sobre a validação dos arbitrários culturais. BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2015.

¹⁴ MOUREAU, op. cit., p. 87.

arbitrários culturais, isto é, na compreensão de que os capitais específicos (variantes em tradição, volume e tipo), encontram-se em um regime de distribuição assimétrica onde poucos agentes possuem, de fato, os valores narrativos de credibilização da experiência estética. A matemática simbólica que transmuta, portanto, a não-arte em arte¹⁵, corresponde ao acúmulo de sinais objetivados da crença¹⁶, os “pequenos eventos históricos”, necessários para posicionar e defender as coordenadas do artista (e de seus valores artísticos) na história da arte.

No mercado, a hierarquização dos artistas a partir de seu valor econômico (preço) muitas vezes não encontra uma homologia direta aos seus valores artísticos, e muitos artistas que alcançam recordes de venda por vezes não usufruem do reconhecimento das autoridades legitimadoras. Jeff Koons, por exemplo, que ocupava a terceira posição de artista mais caro em 2019, encontrava-se na 98º posição na lista de reconhecimento artístico da Artfacts no mesmo ano. O mesmo pode ser detectado com Christopher Wool (4º mais caro, 246º em reconhecimento artístico), Peter Doig (5º e 512º, respectivamente), e Mark Grotjahn (um dos “top 10” artistas em vendas de leilão, ocupa a posição 1256º no ranking da Artfacts). O pintor japonês Takashi Murakami, sucesso de vendas na última década, ocupava a posição de 25º de artista mais rentável, mas surge apenas como 381º no ranking de importância artística¹⁷.

A incompatibilidade entre essas instâncias ratifica um questionamento central para a deflagração das dinâmicas simbólicas e econômicas da arte contemporânea: como podemos, afinal, explicar tais diferenças? A diferença tácita entre preço e valor revela que aqueles que pagam pela posse de uma obra de arte não são, na maioria dos casos, os agentes autorizados a legitimá-las. Esse dado recoloca as distâncias vigentes no campo da arte entre os papéis sociais desempenhados e as hierarquias que se formalizam. Desse modo, mesmo que um museu ou curador importante não possuam os recursos financeiros para arrematar uma obra em leilão, podem, em oposição, serem os detentores dos capitais específicos que autorizam a obra de arte. Essa distinção entre as atuações sociais e soberanias no campo da arte constituem a base de um ecossistema complexo, que embora sofra vertiginosas alterações em determinadas ocasiões, em geral mantém sua estabilidade.

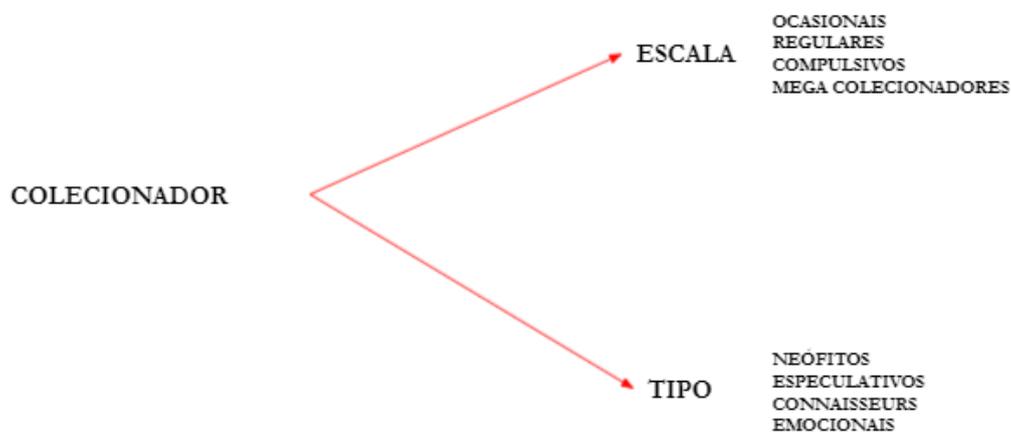
¹⁵ Sobre as operações de Artificação ver: HEINICH, Nathalie; SHAPIRO, Roberta. **De l'Artification**: enquêtes sur le passage à l'art. Paris: EHESS, 2012.

¹⁶ Para Bourdieu (2004) a crença necessita de eficácia simbólica no mundo prático, isto é, o valor abstrato carece de manifestar-se materialmente. Nesse sentido a ideia arte, para garantir sua eficácia, urge encarnar-se na obra de arte, que por sua vez adentra a cadeia de uma economia simbólica. Ver: BOURDIEU, Pierre. **A produção da crença**: contribuição para uma economia dos bens simbólicos. Porto Alegre: Zouk, 2004.

¹⁷ Observações realizadas a partir de diferentes rankings de preço e importância artística, sobretudo, Artfacts e Artprice em anos equivalentes.

Para Moureau, colecionadores neófitos (com grande capital econômico, embora às vezes com baixo domínio dos códigos artísticos), “nem sempre distinguem entre as informações estritamente artísticas e informações midiáticas. As últimas constituem interferências¹⁸”. Quando isso ocorre, as pessoas são desorientadas a respeito do valor artístico e aceitam desembolsar valores exorbitantes por uma obra de arte; valores sensivelmente maiores do que teriam pago caso tivessem considerado somente os sinais artísticos. “Como consequência, a hierarquia de preços (valor econômico) difere da hierarquia artística (qualidade), um hiato surge entre os dois tipos de valores e bolhas especulativas aparecem¹⁹”.

O paradoxo preço-valor na arte contemporânea configura portanto as distâncias entre dinâmicas particulares de modelos econômicos específicos – economia econômica e economia simbólica – cuja justaposição no campo da arte, embora indiscutível, carece de ferramentas próprias para a diminuição de seus afastamentos. Se tomarmos o mercado e o alargamento do número de colecionadores como ponto de inflexão, nomeadamente a partir dos anos 1980, é possível uma tipologização de suas atuações para a manutenção ou desmonte desse paradoxo (Esquema 1).



Esquema 1:
Tipologização dos colecionadores por tipo e escala de atuação.

Fonte: Autoria de Henrique Grimaldi Figueredo²⁰.

¹⁸ MOUREAU, op. cit., p. 88.

¹⁹ MOUREAU, op. cit., p. 88.

²⁰ Esquema apresentado pelo autor na palestra “*Mapping the studio: estratégias, processos e poéticas no colecionismo contemporâneo*”. Uma reflexão a partir da Pinault Collection”, realizada a convite do Instituto de Sociologia da Universidade do Porto, Portugal, em 15/09/2021, em ocasião do ciclo *International Seminar “What difference do DIY culture make?”*.

Há inúmeras motivações e fatores que interferem na predisposição das pessoas em iniciarem uma coleção. O gosto e a experiência em arte, processos de distinção social, tradição familiar, relações afetivas, diversificação da carteira de investimentos, etc. Igualmente complexas são as formas, mais ou menos legítimas, com que os colecionadores iniciam ou gerem uma coleção. Há algumas tendências generalizantes que são solapadas por características peculiares que fazem por particularizar cada coleção. Além das diferenças entre escala e tipo de colecionador, poderíamos ainda incorporar os formatos de gestão desses espólios (se pessoal ou terceirizado, se em íntima relação institucional ou majoritariamente de fruição doméstica, etc.). Tomando apenas o tipo e a escala como sistema de análise, esse modelo desdobra-se em um desenho matemático cujo potencial combinatório nos fornece consideráveis variações. É preciso também apontar que o modo de atuação de um colecionador pode alterar-se ao longo dos anos; assim, se é compulsivo em escala e emocional no tipo de compra, em determinado momento pode partir para aquisições regulares – menos volumosas – mas movidas por uma abordagem especulativa, por exemplo.

Quando Nathalie Moureau identifica o hiato existente entre preço e valor na arte contemporânea, particularmente pela atuação de compradores que deixam-se influenciar por informações midiáticas, as *hype informations*²¹, poderíamos identificar a atuação de colecionadores que embora compulsivos – participam de vários leilões ao longo do ano e compram inúmeras obras em um espaço curto de tempo – podem ser descritos como neófitos, ou seja, pessoas recentemente chegadas nessa estrutura e que desconhecem em totalidade as regras que a regem.

Alternativamente ao paradoxo preço-valor na arte contemporânea, podemos refletir sobre um conjunto de atuações que quando bem engendradas buscam mitigar tal lacuna. Seria o caso, por exemplo, da possibilidade combinatória entre os megacolecionadores, em escala, e *connaisseurs*²², em tipologia. Este tipo de agente – cuja consolidação advém da globalização dos mercados mundiais e dos processos de financeirização da cultura, típico dos anos 1980 sobretudo em países como Reino Unido e Estados Unidos²³ – estaria apto, em nossa hipótese, a barganhar as dimensões entre valor econômico e valor artístico; processo nem sempre bem-sucedido, mas que traduz sua atuação na esfera das arbitragens e disputas no campo da arte.

²¹ MOUREAU, op. cit.

²² Conhecedor, em francês. São aqueles colecionadores que possuem uma íntima relação com os espaços sociais dominantes no campo da arte.

²³ WU, op. cit.

Contornando o paradoxo: a atuação dos megacolecionadores *connaisseurs*

A retração dos incentivos públicos para as artes que acompanhou a globalização dos mercados a partir da década de 1980, culminou em uma redistribuição dos pesos e das posições no campo e na emergência de uma modalidade inaudita de mecenato privativo²⁴. O aumento conspícuo dos preços das obras de arte contemporâneas desde os anos 2000, combinado à diminuição dos orçamentos dos museus públicos, “têm mudado a distribuição do poder dentro dos órgãos legitimadores em favor dos grandes patronos²⁵”.

Raymonde Moulin²⁶ define os megacolecionadores como agentes pouco numerosos e de recrutamento internacional capazes de exercerem um poder de mercado através da compra de um grande número de obras e de uma estreita relação com marchands e galerias. Atuam também nos conselhos curadores de importantes museus públicos para os quais ocasionalmente fazem doações, garantindo a presença de artistas dos quais possuem obras; ao mesmo tempo atores culturais e econômicos, os megacolecionadores desempenhariam “alternativamente todos os papéis, o de marchand (ele compra e, eventualmente, revende), de curador, de mecenas (doações e fundações)²⁷”. Muitos ainda possuem grandes fundações e museus privados para exibirem suas coleções, contratam curadores e críticos de grande renome, mantêm participação acionária no mercado da arte (sociedade em casas de leilão e/ou galerias), ou atuam organizando e patrocinando prestigiosos prêmios.

Em outras palavras, estes poucos agentes estariam habilitados, pela transformação de seu capital econômico e social acumulados em capitais simbólicos e artísticos, a encetar “pequenos eventos históricos²⁸” responsáveis pela aferição de sinais objetivados da crença, necessários à consagração dos artistas na história da arte. Portanto, se o modo de constituição dos valores, pela articulação do campo artístico e do mercado, parece resistir bem à amplitude das transformações – o campo da arte e seus capitais constituem espaços sociais mais ou menos estáveis – também não deixa de ser verdade “que os custos de promoção acarretados pela mundialização e os custos de produção exigidos pelos novos suportes pedem uma concentração financeira que aumenta o peso das instâncias econômicas dominantes²⁹”, isto é, dos poucos agentes disponíveis e interessados na promoção de tais correntes criativas e artísticas, os megacolecionadores.

²⁴ Idem.

²⁵ MOUREAU, op. cit., p. 89.

²⁶ MOULIN, Raymonde. **Mercado de arte: Mundialização e novas tecnologias**. Porto Alegre: Zouk, 2007.

²⁷ MOULIN, idem. p. 29.

²⁸ MOUREAU, Nathalie. Tout ce qui brille n'est point or. **ouvirOUver**. v. 13, n. 2, p. 436–457, 2017. Disponível em: <https://seer.ufu.br/index.php/ouvirouver/article/view/40027>. Acesso em: 24 maio. 2022.

²⁹ MOULIN, idem. p. 106.

Georgina Adam³⁰ mostra, por exemplo, que em 2011 o megacolecionador ucraniano, Victor Pinchuk, gastou cerca de 180 milhões de dólares apenas na galeria londrina White Cube. No mesmo período, o orçamento aquisitivo da Tate, um dos mais proeminentes museus públicos da área, restringia-se a 3,9 milhões de libras esterlinas, um déficit de árdua superação se não fosse o apoio desses agentes. Este tipo de sequestro material e simbólico das instituições públicas torna-se uma nova modalidade de mecenato que condiciona-se em duas esferas: (1) na necessidade das instituições públicas pelo suporte financeiro privado; e, (2) na necessidade dos patronos em apropriarem-se dos capitais simbólicos controlados pelas instituições públicas para garantirem a relevância artística e cultural de suas próprias coleções³¹, mitigando a diferença entre preço e valor de seus acervos.

Embora o paradoxo preço-valor na arte contemporânea denote parte das disputas narrativas que constituem as lutas classificatórias que estruturam o campo da arte, podemos concluir que há, ao menos nas esferas economicamente dominantes (megacolecionadores) e conhecedoras das regras do jogo (*connaisseurs*), estratégias continuamente adotadas para suplantar os hiatos entre uma economia econômica e uma economia simbólica, isto é, mecanismos de exceção que almejam as equivalências entre preço e valor, e que operam, nas palavras de Moureau, “influências que o mundo da arte prefere ignorar, no que diz respeito à regra da presunção da inocência³²”.

Referências bibliográficas

ADAM, Georgina. **Big Bucks: The Explosion of the Art Market in the 21st Century**. Londres: Lund Humphries, 2019.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2015.

BOURDIEU, Pierre. **A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos** Porto Alegre: Zouk, 2004.

BUENO, Maria Lucia. Coleções e arquivos como agentes da mundialização. O caso da arte brasileira nas coleções latino-americanas nos Estados Unidos. In: BULHÕES, Maria Amélia; FETTER, Bruna; ROSA, Nei Vargas. **Arte Além da Arte**. 2020.

³⁰ ADAM, Georgina. **Big Bucks: The Explosion of the Art Market in the 21st Century**. Londres: Lund Humphries, 2019.

³¹ Moureau, op. cit., mostra que entre 2017 e 2019, a megacolecionadora Patricia Cisneros anuncia a doação de 421 obras de arte latino-americana para diversos museus nos EUA e Europa e a criação de um instituto de pesquisa para o tema associado ao MoMA. Bueno, op. cit., mostra também, que dos 37 artistas doados recentemente pela mecenas, 21 adentram o MoMA pela primeira vez, uma tarefa possivelmente facilitada pela atuação da colecionadora.

³² MOUREAU, Nathalie. Colecionadores de arte: desde o outro lado do espelho, p. 92. In: BULHÕES, Maria Amélia; FETTER, Bruna; ROSA, Nei Vargas. **Arte Além da Arte**. 2020.

HEINICH, Nathalie; SHAPIRO, Roberta. **De l'Artificiation**: enquêtes sur le passage à l'art. Paris: EHESS, 2012.

MOULIN, Raymonde. **Le marché de la peinture en France**. Paris: Minuit, 1989 [1967].

MOULIN, Raymonde. **Mercado de arte**: Mundialização e novas tecnologias. Porto Alegre: Zouk, 2007.

MOUREAU, Nathalie. Tout ce qui brille n'est point or. **ouvirOUver**. v. 13, n. 2, p. 436–457, 2017.
Disponível em: <https://seer.ufu.br/index.php/ouvirouver/article/view/40027>. Acesso em: 24 maio. 2022.

MOUREAU, Nathalie. Colecionadores de arte: desde o outro lado do espelho. In: BULHÕES, Maria Amélia; FETTER, Bruna; ROSA, Nei Vargas. **Arte Além da Arte**. 2020.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e Cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1998.

PRINZ, Sofia; WUGGENIG, Ulf. Charismatic disposition and intellectualization. In: MUNDER, Heike; WUGENNIG, Ulf (eds). **Das Kustfield**: Eine Studie überAkteure und Intitutionen der zeitgenössischen Kunst am Beispiel von Zurich, Wien, Hamburg und Paris. Zurique:JPR, 2012.

PÉQUIGNOT, Bruno. **La question des œuvres en sociologie de l'art**. Paris: L'Hamarttan, 2007.

QUEMIN, Alain. **Les stars de l'art contemporain**: Notoriété et consécration artistiques dans les arts visuels. Paris: CNRS, 2013.

QUEMIN, Alain. **Le monde des galeries**: art contemporain, structure du marché et internationalisation. Paris: CNRS, 2021.

VELTHUIS, Olav. **Talking Prices**: symbolic Meanings of Prices on the Market for Contemporary Art. Princeton: Princeton University Press, 2007.

WU, Chin-Tao. **Privatização da Cultura**: a intervenção corporativa nas artes desde os anos 80. São Paulo: Boitempo, 2006.