

# MERCADO DE ARTE E MECENATO: Brasil, Europa, Estados Unidos

**José Carlos Durand**

## **Apresentação**

Este artigo, ora atualizado e modificado, foi originalmente escrito para um simpósio de especialistas em administração da cultura que reuniu participantes brasileiros, europeus e norte-americanos. O seminário, que teve por título *Políticas Culturais numa Perspectiva Comparada*, realizou-se no Rio de Janeiro entre 5 e 6 de dezembro de 1983 e resultou de uma promoção conjunta do Instituto de Estudos Econômicos, Sociais e Políticos de São Paulo (IDESP), Fundação Casa de Ruy Barbosa, Museu Nacional de Belas Artes e Comissão Fulbright.

Como se trata de análise comparativa, é útil esclarecer que o autor elaborou a primeira pesquisa sistemática e o primeiro texto analítico acerca do mercado de arte brasileiro, resultantes de projeto iniciado em 1980. Estendendo-se até 1985, e ampliando seu objeto para o estudo da formação e desenvolvimento do meio social das artes plásticas e da arquitetura no Brasil, a pesquisa propiciou a tese de doutoramento defendida pelo autor no Departamento de Ciências Sociais da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da USP. Ela teve por título *Arte, privilégio e distinção. Artes plásticas, arquitetura e classe dominante no Brasil, 1855-1985. Da academia ao mercado*, e está ainda inédita.

Em um texto anterior, também preparado para reunião de especialistas, o autor analisou a formação do mercado de arte em São Paulo. Ele foi publicado sob o título "Expansão do mercado de arte em São Paulo - 1960-1980", na antologia *Estado e cultura no Brasil*, organizada por Sérgio Miceli, S. Paulo, DIFEL, 1984, às p. 173-207.

*Para o presente artigo foi realizada pesquisa original em revistas de arte editadas na França, Estados Unidos e Inglaterra. Foi por meio dela que se chegou à percepção das mais recentes tendências desse segmento do mercado de bens de luxo nas grandes capitais internacionais. E, fazendo-se apelo ao estudo relativo a São Paulo, pode-se, finalmente, chegar ao plano comparativo internacional.*

Neste artigo são examinadas tendências de longo prazo no mercado internacional de arte, a formação de um circuito de trocas no Brasil e todo um conjunto de transformações recentes nos suportes materiais da produção artística. Entra aí também a problemática do mecenato pessoal e de corporações, e assuntos afins.

O texto não oferece análises de preços e nem curvas de valorização de artistas, a nível nacional ou internacional. A título de esclarecimento e orientação, pode o leitor interessado nesses números consultar obras técnicas especializadas. Assim, para o mercado do Rio de Janeiro, consulte-se o *Anuário Ernani de Arte, 1984: óleos, guaches, aquarelas, desenhos, gravuras, esculturas, técnica mista: 7.500 preços de vendas, leilões de 1978 a 1982*, organizado por Horácio Ernani de Mello Neto, Rio de Janeiro, Léo Christiano Editorial, 1983. Esta obra recebeu sobreposição do editor com o título *O mercado de arte no Brasil: 7.500 preços: 900 artistas*. Esse mesmo editor aponta como as melhores fontes de consulta, para o mercado internacional, o *Mayer international des ventes*, das Éditions Mayer, de Paris, e o tradicional dicionário de Bénézit, o *Dictionnaire critique et documentaire des peintres, sculpteurs, dessinateurs et graveurs (de tous les thèmes et de tous les pays, par un groupe d'écrivains spécialistes français et étrangers)*, em 8 vols., Paris, Livraria Gründ, 1966.

## **Os âmbitos do mercado de arte: regional, nacional e internacional**

O mercado de obras de artes plásticas (do qual a pintura é o gênero predominante) constitui uma esfera relativamente específica do mercado dos bens de (alto) luxo cuja posse e modo de consumo produzem efeitos de

distinção social. Ele estrutura-se em um circuito internacional e em um conjunto de circuitos nacionais (que, por sua vez, se subdividem em regionais e locais) de importância muito desigual entre si, dadas as diferenças de capital econômico em circulação e/ou de aura de reconhecimento como centros de produção artísticos que existem entre países do Ocidente, suas regiões e cidades.

O *circuito internacional* recobre, grosso modo, o seleto clube das nações capitalistas ricas, em cujas moedas fortes se realizam as mais notáveis transações, e reúne Inglaterra, Estados Unidos, França, Itália, Alemanha, Suíça, Canadá, Holanda e, mais recentemente, Japão (1). Tais países circunscrevem a parte mais importante do mercado internacional e neles opera um punhado de galerias com filiais e salas de leilão em todos ou quase todos os países do circuito. São elas que fazem a captação e a oferta das obras que serão compradas ou arrematadas por milionários e/ou museus, pessoas ou entidades que nas mais das vezes estão radicadas nesse mesmo âmbito. Surtos de prosperidade em algum país da periferia do capitalismo, enriquecimento ilícito de tiranos ou corruptos de suas tantas ditaduras, ou ainda temores de desapropriação por parte de governos socializantes, são fatores que favorecem alguma renovação das listagens de compradores ou vendedores externos ao espaço restrito das nações ricas (2).

Por "mercado internacional" entenda-se pois essa faixa suprema das trocas de objetos artísticos. Ela congrega as transações mais vultosas, que comumente têm por base as obras mais consagradas na história da arte, que por sua vez é especialização cultural bem típica desses mesmos países. Nomes reconhecidos como de liderança de movimentos de artes visuais recentes também se inscrevem nessa faixa.

A operação do segmento superior do mercado exigiu inovações nas práticas comerciais nos últimos vinte anos. Entre elas estão a multinacionalização de algumas galerias antigas da Europa, a constituição de representantes seus em grandes capitais fora do espaço tradicional, e o apelo à telefonia, que permite a milionários dos quatro cantos do mundo fazerem lances nos leilões mais rumorosos. Como reiteram seus zelos os cronistas, esse segmento superior está sempre acima das crises que abalam os mercados de capitais e de produtos. Eles asseguram que aí jamais acontece insuficiência de procura decidida e solvável, que costuma exprimir-se nas decisões pessoais de alguns magnatas, de *boards* de executivos de empresas ou de diretores e curadores de museus. Nas fases ascendentes dos ciclos econômicos capitalistas a faixa suprema se beneficia da maior massa de lucros acumulados; nas fases de recessão, geralmente inflacionárias, a corrida à reserva de valor e à especulação (contraface da recusa ao investimento produtivo) também contempla a procura por bens artísticos raros. Ela se alimenta assim tanto do progresso quanto da retração, e esse princípio costuma ser tão mais válido quanto mais raros os objetos de que se trate.

Articulados ao espaço internacional estão os *mercados nacionais dos países capitalistas ricos*. Como se vê na publicidade inserida nas revistas de arte, eles dispõem hoje de redes de galerias suficientemente amplas e diversificadas para acolher qualquer tendência artística, por mais hostil que esta se mostre ao gosto estabelecido e às "preferências" da clientela (3). Estimou-se que haveria em Nova Iorque, em 1960, mais de 200 galerias de arte ativas. Outras fontes calcularam 450 delas para 1970 e algo em torno de 900 em 1973 (4). Embora possa haver algum desencontro entre esses números, é inegável que o período em questão foi próspero para o varejo artístico tanto em Nova Iorque quanto Paris, Londres ou qualquer outra grande metrópole.

Se as redes de estabelecimento varejistas de quadros, gravuras e objetos puderam crescer bastante nos últimos vinte ou trinta anos é porque há mais tempo, em cada um desses países, formou-se paulatina mas solidamente um "sistema de arte" com seus produtores, suas escolas, suas tradições, seus intermediários culturais, seus colecionadores e - até certo ponto - sua indústria de materiais artísticos. Constituíram-se assim "sistemas" dotados de maior autonomia institucional, simbólica e econômica em relação às antigas "mecas" da produção artística, que até meados do século passado eram Paris, Roma e Florença. Com o tempo, desapareceu tanto a "ditadura" das velhas Academias de Belas Artes quanto o fascínio do vanguardismo parisiense *fin de siècle*.

Abaixo dos mercados nacionais dos países ricos alinham-se, em ponto bem menor em termos de rede comercial, de volume de vendas e em tempo de estruturação, os *mercados nacionais dos países capitalistas afluentes*, aqueles chamados de "em vias de desenvolvimento", como é o caso do Brasil. Como suas moedas, seus artistas plásticos mais consagrados ainda não conseguiram cotação comercial no circuito internacional ou mesmo nos mercados nacionais dos países ricos. Se alguns deles lá viveram e deixaram uma ou outra obra, *marchands* atilados foram recentemente. transferi-las para os mercados nacionais onde têm realmente reconhecimento e procura. *Isso significa que desde há muito os mercados afluentes vêm-se organizando em torno das obras de seus artistas, tendo o coeficiente de importações de pintura, escultura, artesanato e decoração diminuído sensivelmente, sendo hoje quase nulo*. Assim, as mercadorias neles à venda compreendem a produção de artistas nacionais(5), vivos ou mortos, e os remanescentes das artesanias de luxo do cotidiano das famílias oligárquicas trazidas há várias décadas da Europa, ou ainda os bens que os migrantes mais favorecidos carregaram em sua transferência para o continente americano. No que diz respeito o artesanato popular, os países afluentes ou atrasados do Terceiro Mundo chegam mesmo a ser

exportadores para as nações ricas, por força do poder aquisitivo de suas classes altas e médias, do turismo e das "preferências" por objetos "exóticos" ou "típicos" satisfeitos pelas *boutiques* e lojas de departamento dos países centrais. Como nas nações atrasadas ou hoje afluentes a acumulação de capital foi infinitamente menor do que nos Estados Unidos e Canadá, seus governos e homens ricos não conseguiram competir significativamente na disputa pelos tesouros artísticos da Europa e do Oriente, tal como fizeram os magnatas americanos no fim do século passado. Não foram assim organizadas grandes coleções privadas que um dia pudessem ser doadas a museus. Nesses países - e aqui se generaliza a partir da situação brasileira - apenas em relação aos últimos vinte anos é que se pode falar da vigência de um mercado de arte, ainda assim com as salvaguardas de lembrar que se trata de comércio incipiente, sem casas de tradição, não unificado no âmbito da nação e com cifras de negócios muito modestas comparativamente aos países ricos. Seus *marchands*, segundo crítica banalizada no meio artístico brasileiro, ainda não se teriam imbuído do hábito de calcular e agir a médio e longo prazos, e não se dispunham à saudável prática de comprar, estocar, promover artistas sem nome a fim de impor tendências e ganhar sem pressa (6). Ao contrário, a desinformação cultural e a ambição especulativa da clientela reinariam absolutas. Apesar dessas críticas (que, aliás, não podem ser levadas muito a sério, pois em parte são elementos do ritual de exorcismo do lucro que reafirma o princípio de gratuidade da arte) observa-se nas últimas décadas, nas grandes capitais, surto de novas galerias, proliferação de leilões de arte e um número maior de artistas jovens conseguindo viver da venda de seus trabalhos. Nada a estranhar, tendo em conta a concentração de renda e as demandas por bens de luxo (7).

Considere-se ainda que o ensino de arquitetura cresceu bastante em número de vagas e que hoje forma um efetivo de diplomados muito além das exigências do mercado de projetos. Além desse fato, vêm aumentando regularmente as matrículas femininas em cursos de nível superior que formam professores de arte para a pré-escola e para o ensino elementar e médio. Com esses impulsos, e mais o *marketing* dos produtos para a arte, "voltados para a dona-de-casa", fortalece-se o amadorismo estético tornando-se o reservatório de artistas amadores mais feminino, mais burguês e mais escolarizado. Essas circunstâncias dizem respeito a mudanças de longo prazo na composição social das fileiras de artistas e têm implicações sobre o campo da arte e sobre suas instâncias comerciais. Por exemplo, aumentando o número de principiantes que podem contar com ajuda da família no custeio de suas experiências estéticas e no financiamento de suas exposições, fica mais fácil para os *marchands* transferir boa parte dos custos de promoção e divulgação ao próprio artista, ao exigir que ele pague a apresentação do crítico, a impressão do catálogo, o transporte das obras e as despesas do coquetel de *vernissage*.

### **Formação do mercado de arte internacional: 1880-1960**

A história do mercado de arte internacional tem aproximadamente um século e suas origens prendem-se a dois movimentos de larga envergadura. O primeiro deles foi a *formação de todo um mercado de bens culturais* nas principais cidades européias no correr da segunda metade do século passado, assegurada pela difusão rápida do ensino médio e superior e pelo crescimento dos efetivos da classe média assalariada e da pequena burguesia. A expansão e diversificação das classes proprietárias e dos assalariados de escritório deflagraram aguda disputa por distinção social. Os segmentos recentes da burguesia e da pequena burguesia procuraram avidamente interiorizar os códigos de distinção partilhados pelos membros da alta burguesia ligados ao remanescente das nobrezas cortesãs das monarquias centralizadas. E entraram com vigor na disputa por exprimir um gosto refinado e um padrão de consumo cultural legítimo (8). O outro foi a *altíssima acumulação de capital registrada na transição para o imperialismo*, entre 1870 e 1900, que guindou os Estados Unidos à condição de potência econômica internacional. Tendo em conta que ambos os movimentos deram-se em meio a uma revolução no transporte marítimo (com o vapor) e terrestre (com a ferrovia) e mediante alargamento geral do raio de comércio varejistas de bens materiais e simbólicos, resultou que inúmeras categorias de artesãos, comerciantes e prestadores de serviços ligados ao gosto vislumbrassem condições favoráveis para se deslocar da Europa à América e atender às demandas de suas classes de posses por um estilo de vida europeizado. O fascínio pela cultura francesa e pela vida parisiense exibido por gente abastada, intelectuais e artistas do Brasil de fins do século, talvez seja a expressão mais notável de tal supremacia (9).

A associação entre tais processos é necessária porque iniciativas como as dos *marchands* dos impressionistas (10) em sensibilizar grandes colecionadores americanos para uma arte que a burguesia européia ainda encarava com reservas (como era o caso dos pintores do grupo de Barbizon e dos impressionistas) ajudaram a alargar súbita e substancialmente o mercado, a partir dos anos oitenta. Durand-Ruel montou galeria em Nova Iorque em 1886. Assinala Aline Saarinen que muitos anos antes do Armory Show (que foi a Semana de Arte Moderna dos americanos, em 1913) a pintura impressionista já estava incorporada a várias coleções de Boston. Essa historiadora dos magnatas colecionadores dos Estados Unidos reconhece-lhes gosto eclético, ora voltado para antiguidades egípcias e do Extremo Oriente, ora inclinado para o Renascimento Italiano, ora ainda para a pintura de vanguarda francesa (11). Assegura

Saarinen que entre 1895 e 1913 já *estavam formadas* as principais dentre as antigas coleções americanas e instituídos os museus mais importantes da nação, com exceção da *National Gallery*, de Washington. Estava assim inaugurado o que viria a ser um século de mecenato individual estadunidense, de larga importância na estruturação do mercado internacional de arte e que se construía no saudável vazio da inexistência de uma Igreja e de um Estado poderosos na proteção à cultura. Ademais, florescia estimulado por uma legislação fiscal que contemplava com incentivos importantes as doações a museus. Na medida em que - ainda segundo Aline Saarmen - muitos dos compradores da época delegavam comportadamente suas "escolhas" a *marchands* europeus que intermediavam os vários movimentos estéticos iniciados com o cisma do impressionismo (12), suas compras repercutiram na aceitação de público da arte de vanguarda e nas espirais de preço cujos efeitos simbólicos indiretos reasseguravam o valor cultural dessa mesma arte (13).

Até a Primeira Guerra Mundial os *marchands* dos movimentos de vanguarda conseguiram êxito em vender seus pintores. Organizaram exposições, estocaram obras, conseguiram firmar acordos de exclusividade com artistas promissores, sem a rigor precisar sustentá-los. Entre o final da Primeira Guerra e a Crise de 1929, as vendas em leilão em Paris contemplaram com preços generosos e ascendentes a pintura moderna, cujos autores por força da celebração feita por escritores e aristocratas da moda, e dos dólares dos americanos, elevaram-se "de valores malditos a valores mundanos", conforme escreve Raymonde Moulin (1967, p. 36).

Tão profunda foi a recessão de 1929 que seus efeitos até fins dos anos trinta deixaram registrado na história da pintura um período de alongada penúria. Tanto na Europa quanto nos Estados Unidos, foi preciso conceber formas de auxílio ou ajuda recíproca para assegurar sobrevivência a pintores e escultores em uma conjuntura em que ninguém comprava arte. Aí entraram as encomendas do governo americano no programa *Work Progress Administration*, alguns adiantamentos feitos por *marchands* a seus artistas prediletos, ou mesmo minguados empréstimos pessoais que alguns artistas concediam aos colegas mais carentes (Moulin; 1967 p. 39; Hayes, 1964, p. 20).

O período que medeia entre a Segunda Guerra e o final dos anos cinquenta é rico de repercussões sobre a constituição do mercado internacional. Com a guerra, migraram artistas, *marchands*, críticos e colecionadores da Europa para os Estados Unidos, e, em bem menor proporção, para outros países da América. Levaram eles muita peça para vender (pintura, antiguidades etc.). As espoliações feitas pelos nazistas ajudaram por sua vez na rotação de peças inscritas em grandes coleções de judeus. A inflação nos países em que houve guerra e a conseqüente valorização do dólar e das outras moedas dos países que ela não destruiu, reforçaram o movimento de vendas para fora da Europa (14). Assinala Raymonde Moulin que as primeiras publicações relativas à arte como investimento (livros, artigos e catálogos) surgiram entre 1956 e 1965, o que indica ser essa a conjuntura em que o mercado da pintura se autonomizou relativamente ao mercado de antiguidades em que de há muito se inscrevia. Nos Estados Unidos, mais do que na Europa, passou a falar-se abertamente dos retornos econômicos nas compras de arte (15).

Relembre-se que o movimento de expulsão de produtos, de capacidade produtiva e de experiência comercial causado pelas duas guerras, sucedeu no tempo às migrações de operários, artesãos, comerciantes e artistas europeus atraídos ao continente americano pela acumulação econômica e pelas exigências de luxo e conforto de suas classes proprietárias. O saldo foi a importação de muita louça, inclusive brasonada, mobiliário, tapeçaria, pintura "de salão", jóias, baixelas, serviços de jantar etc., provenientes da Inglaterra, da França, do Oriente Médio e do Extremo Oriente. Depois disso, quando arrefeceu o deslumbramento pela Europa que fascinou as classes ricas do continente americano, iniciou-se uma verdadeira "redescoberta" do legado cultural e artístico do período colonial. No Brasil isso data dos anos trinta em diante, quando começaram as investidas a igrejas antigas, a fazendas em decadência e a outros sítios donde se pudesse exumar a arte seiscentista e setecentista e alimentar um punhado de colecionadores urbanos e ricos agora dispostos a acatar a retórica do "autenticamente nacional" e incorporar o "colonial" em suas ambientações de interior. Foram esses os estímulos para que se formasse, pelo menos no Brasil, um promissor início do mercado de antiguidades, por volta de 1948-1955.

No gênero da pintura, a suplantação do neoclassicismo pelo "modernismo" na virada do século constitui uma séria ruptura com o gosto estabelecido. As Academias de Belas Artes deixaram de ser instâncias importantes de formação artística e a renovação do meio artístico brasileiro e do gosto das classes de posses ficou à mercê de fatores pouco controláveis. Isso tudo junto determinou demora até que as obras dos pioneiros da importação dos movimentos da vanguarda ganhassem reconhecimento cultural e despertassem interesse aquisitivo. Se o grande marco do "modernismo" foi a Semana de Arte de 1922, foi preciso meio século para que seus pintores fossem disputados comercialmente. Foi só no início dos anos setenta que se mostrou real e contínua a procura pela pintura moderna brasileira considerada histórica.

Mas, ao lado da aceitação da arte erudita, é preciso salientar a difusão mundial da arte "primitiva", nos anos cinquenta, e a revalorização que ela propiciou da pintura, da talha e da modelagem da gente do povo. A "pureza" dos

"ingênuos" fascinou intelectuais e críticos especializados e sem demora uma enxurrada de arte *naïve* invadiu galerias e feiras de praça pública (16).

Da conjunção desses fatores resultou um estoque de bens, um público interessado e um grupo de comerciantes que vieram a impulsionar o mercado de arte nacional a partir dos anos sessenta.

### **Mercado e mecenato na etapa atual: 1967-1983**

A conversão dos objetos de artes visuais em mercadoria é geral no âmbito capitalista porque se prende ao mais íntimo movimento desse regime de produção. É preciso escrever muito para relatar em minúcia os inúmeros arranjos, acordos interpessoais e modalidades de troca entre artistas e *marchands* e entre estes e os colecionadores. O mesmo vale para o entendimento das sutilezas nas oscilações de preço ao longo do tempo. O assunto comporta mesmo alentados livros, como o da socióloga Raymonde Moulin, do qual se tem feito aqui reiterado uso. As revistas de arte de publicação regular nos principais países do circuito internacional fornecem volta e meia artigos que chamam a atenção para o estado geral das trocas, avaliam suas cifras e ponderam acerca de alterações nas legislações de família e tributária que, criando ou suprimindo atrativos para aquisições e doações, têm repercussão sobre a prosperidade e a liquidez do sistema.

Em termos de compra e venda em galerias e salas de leilão, o período pós 1967 foi próspero. Verificou-se a multinacionalização de algumas galerias tradicionais e, tanto pela extensão de seu raio de negócios quanto pelas cifras transacionadas, admitiu-se nos anos setenta um boom do mercado internacional. Avaliando essa expansão e tomando dados de Sotheby's e Christie's como termômetro (17), constatou-se que a primeira aumentou seu faturamento de 35,8 para 353,0 milhões de libras esterlinas entre 1970-71 e 1980-81; já a segunda, nos mesmos exercícios, faturou 25,3 e 177,4 milhões de libras. Isso dá, em termos reais, um índice de crescimento de 143% para Sotheby's e de 93% para Christie's. Quanto ao movimento na região parisiense, expresso pelo valor negociado por seus leiloeiros, a revista de onde se extraiu essas cifras menciona dados divergentes entre um número e outro. Ora registra 29% de crescimento real, ora assegura que foi de 145%, percentual aliás bastante próximo dos resultados da Sotheby's: Em que pese esse desencontro de dados para uma praça determinada, os números são bem expressivos.

Sotheby's chegou, em fins da década de setenta, a ter representantes em cinquenta e nove cidades, a organizar vendas regulares em dezessete e a possuir catorze salas de leilão. Em ponto menor, mas ainda assim bastante espalhada, Christie's chegou a manter representação em doze países e a organizar sessões de venda em sete. No final da década, confirmando que até mesmo o circuito internacional das transações mais vultosas e das obras mais raras não está de todo a salvo das recessões agudas, a crise de 1979-84 começou a repercutir no mercado de arte. Sotheby's foi obrigada em 1981 a reduzir seu quadro de funcionários de 2.000 para 1450 pessoas. Igualmente, os 650 empregados da Christie's em 1981 (400 em Londres e 250 em Nova Iorque) foram considerados sobra de um sério corte em folha de pagamento. Encolhimento de pessoal e prejuízos financeiros marcaram portanto a conjuntura de crise que se iniciou em 1979 (18).

Examinem-se agora algumas transformações que estão em curso nos suportes financeiros de produção e de circulação da arte. Alguns artigos de fundo de revistas especializadas, divulgados na última década (19), apontam para um feixe de mudanças que sucintamente seria o seguinte:

1. A era dos magnatas colecionadores está no fim. Os impérios econômicos que eles fundaram acabaram passando às mãos de dirigentes profissionais. Seus sucessores, hoje no comando supremo de grandes conglomerados empresariais, presidem ou aconselham a direção dos museus a que suas coleções de família deram origem. Eles têm, via de regra, presença vitalícia nos conselhos curadores dessas instituições culturais.

2. Tendo em conta o ciclo de envelhecimento e morte dos titulares da alta burguesia, assim como os efeitos acumulados, ao longo do tempo, dos estímulos fiscais para abertura ao público das grandes coleções de família, vêm rareando, na esfera superior do mercado de arte internacional, os leilões de grande repercussão, que marcaram época. Eles serviram, no passado, para lançar em circulação acervos admiráveis e constituíram oportunidade ótima para estudo especializado do gosto individual do burguês esclarecido. Mas agora, com a rotação mais rápida dos bens e a crescente repetitividade das obras oferecidas em um e outro leilão, o mercado se faz menos rumoroso, mais monótono e especulativo.

3. Com uma grande produção a circular, resultante da expansão a longo prazo nos efetivos de artistas, e diante do mais absoluto respeito à liberdade de criação é quase impossível que se repitam os lances surpreendentes que se tornaram lenda, no início do século. É muito difícil hoje em dia uma obra de vanguarda, surgindo como uma nova "tendência", arrebanhar o gosto estabelecido, estourar em valor de vendas e enriquecer do dia para a noite ousados *marchands*. Significa dizer que essa fonte de encanto carismático se esvaiu.

4. Entre o campo empresarial e o campo artístico imiscuiu-se a figura do "assessor para assuntos de arte", ou

que nome tenha, encarregado de montar programações, de orientar aquisições, de conservar acervos e tudo o mais necessário para que as corporações que os empregam retirem dividendos econômicos e simbólicos de seu dispêndio com arte e cultura.

5. O mundo empresarial, e em particular as grandes corporações internacionais, vêm assumindo parcela importante no financiamento do sistema por meio de programas variados. Mas, longe de significar generosidade espontânea de uma nova "elite" sensível à arte e à coletividade, as contribuições empresariais seriam resposta a estímulos fiscais de governo, ou táticas de melhoria da imagem pública das corporações, ou ainda do prestígio do seu corpo dirigente diante do conjunto dos empregados. Tomando a última questão, convém recuperar sinteticamente a argumentação que procura justificar que os Estados Unidos, além de país de maior excedente econômico do Ocidente, seja aquele no qual as pessoas de posses e as empresas mais dinheiro revertem ao financiamento do sistema de arte.

Segundo Aline Saarnen e outros analistas, a praxe do mecenato privado tem fundas raízes na tradição norte-americana a nível de organização política, de cultura e de legislação tributária. Salienta ela que, ao tempo de formação das grandes coleções bostonianas, em fins do século XIX, começaram a proliferar museus, que despontavam nas cidades grandes e médias "como cogumelos". Eram resultado de pequenas associações artísticas de caráter local e operavam como ativos centros cívicos, estando sua sustentação baseada em dotações de pessoas e empresas notáveis do local. Toda cidade com mais de duzentos e cinquenta mil habitantes dispunha, em meados deste século, do seu museu. Ex-alunos de famílias ricas costumavam doar obras ou coleções para os museus das faculdades que haviam freqüentado. Da íntima associação entre museu e universidade teria resultado corriqueiro o aprendizado artístico em ateliês e cursos instalados em faculdades, o que equivale a dizer que a transmissão artística contou nos EUA com amparo institucional de que não dispôs, e ainda não dispõe, o artista plástico de outros países no correr deste século (20). O centro de artes nos colégios universitários e nas universidades americanas, no dizer de Lowry, é o centro da vida do artista, o seu principal meio de sustentação, e, apenas em caráter secundário, vêm suas relações com a galeria e o museu (Dodd, 1964, p.180). A essa razoável descentralização do acervo artístico nacional em grande número de museus locais ligados a universidades, associar-se-ia uma prática peculiar e habitual de alugar quadros nas "pinacotecas de aluguel" montadas nas escolas de arte. O artista sem nome a nível nacional (ou mesmo regional) pode assim valer-se - segundo ainda Lowry - de uma instância de divulgação e venda, na medida em que se facilita ao locatário adquirir a obra contando os aluguéis pagos como prestações. A crer-se no relevo dado a essa praxe, as pinacotecas de aluguel poupariam o artista principiante do retardamento de carreira vigente nos países onde os *marchands* privados foram ou são único canal de venda ou onde eles simplesmente não existem.

A esse mecenato miúdo, mas não desprezível, junta-se o grande mecenato do homem de fortuna, que, como iniciativa individual, teria encontrado seu apogeu antes da Grande Crise. Vejamos algumas razões que lhe são atribuídas.

Há uma espécie de *explicação culturalista* que associa espírito público à relação do homem com sua fortuna pessoal na medida em que se sustenta que o protestantismo encara o enriquecimento individual como modo de servir a Deus. Essa religião aliviaria o burguês da emoção crônica de culpa que lhe traria o catolicismo, em cuja ótica, riqueza e pecado caminham juntos. O calvinista rico estaria assim mais disposto a celebrar no terreno da filantropia, com espontaneidade e desenvoltura, o seu êxito econômico (21). Como o gozo da arte seria encarado também com especial respeito como prática elevada e civilizadora, o mecenato cultural e artístico nos EUA acabou bem aquinhado entre as alternativas filantrópicas que se ofereciam a quem de dinheiro.

Não há por que tentar refutarem absoluto a justificação oferecida. Tentando um paralelo com o caso brasileiro, talvez a diferença fundamental esteja no fato de que as "elites" econômicas norte-americanas foram recrutadas em uma burguesia de origem basicamente anglo-saxã em uma sociedade com predominância do mesmo grupo étnico e cultural. Sustenta-se a hipótese de que essa coincidência de origem étnica, cultural e religiosa entre povo e "elites" teria predisposto o magnata americano a uma relação eminentemente positiva para com a sociedade nacional. No Brasil, ao contrário, as "elites", por força da escravidão prolongada, acabaram por construir do "brasileiro" uma visão bastante negativa e depreciativa. Com o surto industrialista da Primeira República (1889-1930) muita fortuna foi amealhada rapidamente e teve por titulares italianos, sírio-libaneses, alemães etc., de imigração recente. Ora, é bem sabido que os imigrantes de modo geral encaravam a sociedade brasileira no registro negativo de um povo desmoralizado pela escravidão e "pouco propenso" ao trabalho e à cultura. Um povo, em suma, não merecedor de grandes esforços de dotação cultural (22). Ademais, referida a explicação culturalista, ao compreender a prática do mecenato apenas como uma relação do homem com a coletividade e com o transcendente, despreza as disputas por reconhecimento social, ou seja, insiste em menosprezar o terreno da luta pelo prestígio como razão de ser das coleções e do hábito de doar. Somente estudos monográficos que reconstituíssem a biografia dos filantropos na dupla lógica da acumulação material e da escalada ao prestígio poderiam romper com a interpretação culturalista no que ela tem de

formal e vazio (23). Na transição do mecenato individual para o mecenato de empresa (ou corporativo) que se acentua nos EUA no correr dos anos sessenta, o argumento culturalista torna-se ainda mais precário, pois agora se trata de uma espécie de "civismo de empresa" que supõe um cálculo de vantagens muito preciso. Mas antes disso é interessante esboçar às feições e o porte da ajuda particular à cultura nos Estados Unidos, em época recente.

Em 1967, uma centena de grandes corporações, sob liderança do grupo Rockefeller, fundou o *Business Committee for the Arts* (BCA), com a finalidade de estimular, coordenar e avaliar o repasse de recursos do campo empresarial ao da cultura. A existência do BCA e algumas reformulações na legislação de imposto de renda relativamente a doações de peças de coleção fizeram com que a contribuição empresarial à cultura saltasse de 22 milhões de dólares em 1965 para 56 milhões em 1973, e para 235 milhões em 1977. Nesse último ano, a ajuda das corporações era mais do que o dobro do que o governo federal gastava na rubrica "artes" por meio do *National Endowment for the Arts* (Gent, 1973; Mitz, 1979):

Dos relatórios e pesquisas publicadas pelo BCA dos comentários de revistas especializadas conclui-se facilmente que, além de crescente até o ano considerado (1977), o fluxo de doações esteve estreitamente colado em três frentes de política empresarial. Elas são:

1. a financeira, em que se joga com a possibilidade de reduzir a massa de impostos sobre o lucro;
2. a do marketing e relações públicas, na qual é decisiva a gestão da imagem da corporação perante o mercado e a sociedade civil;
3. a das relações internas de trabalho, voltada para as relações entre diretoria e corpo administrativo.

No ângulo financeiro, tanto os comentaristas americanos quanto os europeus põem em relevo a atração proporcionada por uma mudança na legislação fiscal americana, que autorizou qualquer empresa a abater de sua renda bruta (*adjusted gross income*), e até o limite de 30% dessa renda, as contribuições que houvesse feito à cultura no exercício. No caso de as contribuições consistirem na doação de objetos de coleção a museus, a bibliotecas ou a instituições similares, abater-se-ia o correspondente ao valor comercial presente do objeto doado, tivesse ele sido ganho ou comprado a preço inferior. O mesmo seria válido para a renda das pessoas físicas. Admite-se comparativamente que o percentual de dedução permitido para o mesmo fim na França, que é de 0,5 a 1%, ou na Alemanha, onde anda por 5%, sejam insignificantes perto do norte-americano (24).

Na vertente das relações públicas, o dispêndio empresarial em cultura é admitido sem reservas como gasto publicitário indireto, voltado especificamente para a promoção ou reforço da imagem positiva da corporação perante a opinião pública. Resulta daí uma particularidade digna de nota: mesmo que organizações de todos os ramos de negócio repassem verbas à cultura (25) essa frente promocional interessa mais às empresas que precisam mais seriamente "limpar" sua imagem. É o caso concreto dos fabricantes de cigarros e de bebidas alcoólicas, além dos bancos (26). Se a benemerência desvanece o caráter improdutivo do sistema financeiro, é o estigma do câncer e do alcoolismo que estimula as empresas desses ramos a uma "generosidade" extra. Weissman, diretor da Philip Morris, reconheceu o fato ao sustentar, em 1964, em resposta a uma campanha antifumo, que "... nós somos uma indústria impopular. Mesmo que nossa ajuda às artes não esteja determinada diretamente por este problema, ela nos proporcionou melhor imagem perante a comunidade de negócios e perante a sociedade" (Metz, 1979, p. 43).

Na terceira e última frente - a de relações internas de trabalho - está a prática de aquisições de obras de arte para decoração dos gabinetes de diretoria e dos espaços de circulação e trabalho dos funcionários de escritório. Valendo-se de consultores fixos ou autônomos recrutados entre *marchands* ou conservadores de museus, as empresas compram regularmente obras de arte. Segundo um cronista: "As corporações são elas próprias as maiores compradoras de pintura, escultura e fotografia de autoria dos mais renomados artistas a nível mundial" (Metz, 1979, p. 4). A melhoria das condições de trabalho e da imagem interna da diretoria é a justificativa mais repetida. Olhando de perto e criticamente, tem-se aí um duplo faturamento simbólico: ou é o "bom" diretor que compra para todos (isto é, que se preocupa em "quebrar a monotonia" das enormes e "despojadas" paredes da atual arquitetura de escritórios), ou é o diretor cultivado que compra para si e para seus pares, distinguindo a cúpula dirigente do conjunto dos funcionários.

Ademais, a crítica especializada alega que nos países ricos uma série de alterações na política tributária está favorecendo a passagem da fortuna artística privada ao domínio público. São mudanças que atingem não apenas o imposto sobre a renda pessoal e de empresas, mas também o imposto sobre a herança. Articulados a tal política estariam algumas medidas recentes destinadas a agilizar e coordenar a abertura ao público de coleções importantes, pela constituição de fundações. A esse respeito cita-se a instituição da *Fondation de France*, em 1969, a partir da qual o número de fundações naquele país teria aumentado de 25 para 75 entre os anos sessenta e setenta, com especial expansão das fundações voltadas para arte e cultura. Menciona-se também, em outros países do capitalismo central, a emergência concomitante de entidades cujas funções recobrem mais ou menos as do *Business Committee for the Arts* americano e as da *Fondation de France*. São a *Association of Business Sponsorship for the Arts*, o *National Trust* e o

### **Reflexões acerca de tendências recentes**

O resumo da história do mercado de arte, a discussão de alguns desdobramentos recentes e a exposição de certas particularidades nacionais deixa necessariamente muita questão importante apenas tangenciada. Mesmo assim, o esforço não perde validade, dado o estágio precário, no Brasil, do exame das injunções econômicas, sociais e institucionais que pesam sobre a produção cultural em geral e a de artes plásticas, em particular.

Como se viu, de seus primórdios ao momento atual, alterou-se muito a instância comercial de bens de arte. Antigamente, as grandes coleções exprimiam o consumo santuário de mais-valia envolvendo a parcela do lucro que aparecia como gasto *pessoal e familiar* do capitalista, e nada mais que isso. Com suas largas reservas para consumo conspícuo, o magnata de antanho apelava ao *marchand* e não raro freqüentava os próprios artistas.

Em uma etapa como a atual, em que se registram burocratização do sistema de artes, incentivos fiscais e aquisições por investimento, o fluxo de recursos materiais ao setor assume formas mais complexas, que suscitam análise mais sofisticada. Ainda que de passagem, vejamos algumas formas sob as quais pode chegar o dinheiro ao campo das artes plásticas, aqui tratado em maior minúcia. Entre elas temos:

1. os excedentes de renda pessoal (altos salários), despendidos em aquisições para ornamentação doméstica e/ou coleções pessoais;

2. as reservas que o *marchand* acumula em vendas e revendas bem-sucedidas e reaplica no sistema, e que representam pequeno capital comercial em busca de valorização;

3. o capital financeiro de origem externa não comprovada diante do fisco - o chamado dinheiro "sujo" - que busca proteção contra o desgaste inflacionário e conversão posterior em dinheiro "limpo";

4. a receita tributária pública sacrificada, ou seja, a parcela da massa de lucros que deixa de ser recolhida sob a forma de imposto aos cofres do Estado, para ser convertida, como doações, ao acervo de museus ou para financiar outras promoções;

5. A receita tributária ordinária, no caso da parcela que o Estado gasta diretamente com aquisições ou outras atividades no campo cultural.

*A crônica das fases prósperas do mercado de arte sugere que o capital de fontes eternas (item 3) constitui o fluxo principal de recursos.* Petrodólares e especulação com ações no mercado internacional entre 1967-79; especulação financeira e agitação das bolsas de valores no Brasil do "milagre", entre 1968-73, e assim por diante (27). Os excedentes de renda pessoal também são importantes no incremento do sistema, sobretudo em sua expansão regular de longo prazo. A receita tributária sacrificada, por sua vez, prende-se a outra fonte de recursos, posto que deriva da massa dos lucros que a empresa oficializa perante o Estado através da declaração fiscal. É dessa mesma massa que sai a outra fatia - a da receita tributária ordinária. aplicada no financiamento estatal direto do sistema. O pequeno capital comercial dos *marchands* só tem condições de voltar ao sistema valorizado no caso de ingresso líquido de outras fontes.

*A nível internacional a receita tributária sacrificada parece ser a inovação mais importante no último surto comercial.* No caso do Brasil, embora o aparato fiscal tivesse se tornado mais orgânico e imperativo a partir de 1967-68, a tecnocracia de governo contemplou com isenções outras áreas de atividade. Ela recorreu ao sacrifício de receita fiscal para promover realocação geográfica do parque industrial, para injetar recursos em reflorestamento, para estimular fundos de poupança e outras tantas frentes que não dá aqui para arrolar exaustivamente. Além disso, como as doações de particulares a museus não autorizam abatimento na renda tributável das empresas, nem é possível esconder contabilmente lucros em acervos de empresas (28), resulta que pouquíssimo dinheiro recebe o mercado de arte brasileiro por essa via. As receitas ordinárias do orçamento estatal à cultura (em todos os gêneros) no País são, por sua vez, tão diminutas e tão concorridas que praticamente não há sobras para aquisições destinadas a museus (29). Como as dotações de empresas costumam ser apenas relativas à política fiscal, não havendo incentivos as manifestações de "generosidade" tendem a escassear. Embora no Brasil operem faz muito tempo filiais de quase todos os grupos que financiam cultura nos Estados Unidos, a sua experiência nesse domínio estende-se a outros países com muito mais lentidão e dificuldade do que sua tecnologia e suas técnicas de *marketing*. É por isso que apenas agora se fazem visíveis contribuições de grandes empresas a promoções culturais no Brasil (30).

Essas observações sugerem que a legislação de incentivos é uma frente que merece reflexão da parte daqueles a quem cabe pensar o financiamento do sistema a longo prazo. Explicitando uma conclusão retirada da crônica contemporânea do mecenato e do mercado nos países ricos, pode-se dizer que o capitalismo está resolvendo, sem traumas nem expropriações violentas, a conversão a domínio público da arte de outras eras e da arte consagrada de nosso tempo. Os efeitos privatizantes das espirais de valorização no mercado seriam sobrepujados pelos efeitos



coletivizadores da legislação sobre o imposto de renda e sobre transmissão do patrimônio. Embora essa tese não possa ser afirmada categoricamente, pela falta de dados e pela dificuldade de quantificações fidedignas típica desse mercado, a sua postulação é muito sugestiva. Ela como que adverte para o fato de que, se o mercado se inflaciona e se não há "cercamento" da fortuna privada, a espiral de valorização pode resultar na estagnação dos acervos abertos ao público, daí a necessidade de medidas corretivas.

### **Considerações finais**

Examinou-se aqui a formação de um mercado de obras de arte nas grandes capitais do Brasil, no curto espaço dos últimos vinte anos. Algumas das características do comércio da pintura no Brasil, apuradas pelo autor em pesquisa original, foram neste artigo cotejadas com as vigentes nos países capitalistas ricos, nos quais o mercado de arte tem história mais conhecida e tradição mais consolidada.

Mercado típico e peculiar, que opera mal ou bem referido a movimentos do campo cultural e artístico, com suas continuidades e rupturas, e que serve no fim das contas às demandas por distinção social dos segmentos mais ricos, o comércio da pintura também precisa ser visto como um dos suportes materiais do trabalho artístico. Um suporte típico do século XX que veio complementar, e às vezes substituir, outros meios de patrocínio da atividade estética.

Essa é a razão pela qual o artigo também trata da questão do mecenato particular e de governo. O cotejo internacional mostra aí, novamente, diferenças imensas quando se consideram, por exemplo, os hábitos de colecionar, a propensão a doar, os estímulos econômicos e não econômicos que lançam magnatas e corporações de países como os EUA à frente da promoção da arte, e a correlata situação em países como o Brasil.

Mas não se faz aqui qualquer apologia da generosidade dos homens de dinheiro, seja no Brasil, onde sua participação é notoriamente nula ou pífia, seja na Europa ou nos Estados Unidos, onde passa por substancial (31). O exame das bases e das tendências do "mecenato de empresa" - se assim se pode chamar os recentes e crescentes dispêndios das grandes corporações em aquisições e promoção cultural - é claramente firmado num "toma lá dá cá", segundo concluem analistas de revistas especializadas. Significa dizer que os dispêndios privados em cultura são precisamente calculados em seus retornos econômicos e não-econômicos para as corporações. Ou bem se trata de tributo que o governo abriu mão de cobrar, ou bem são eles despesa publicitária indireta destinada a melhorar a imagem da empresa diante da sociedade em geral ou ainda o *status* dos diretores perante o corpo de funcionários. De um modo ou de outro, trata-se de uma "generosidade" puramente reativa, que jamais poderia ser tomada como expressão indiscutível de uma "vocaçãõ à cultura" ou de "espírito comunitário" por parte da nova "elite" dirigente da economia privada.

Talvez a observação mais curiosa, no exame do mecenato de empresa, seja a posição de realce que têm as empresas líderes de dois ramos industriais sabidamente antipáticos a amplos setores da sociedade civil, como são as de fumo e bebidas alcoólicas.

As dotações privadas à cultura têm a ver, em última instância, com a relação que o burguês mantém com a coletividade nacional ou local a que pertença. Elaborando-se hipóteses acerca de diferenças étnicas, culturais e políticas entre, por exemplo, a burguesia norte-americana e a brasileira, tentou-se uma explicação provisória dos porquês de no Brasil os capitalistas serem tão omissos no amparo à cultura, ao contrário dos seus congêneres norte-americanos.

De todo modo, a passagem de coleções particulares ao domínio público já não depende mais hoje em dia apenas da conduta cultural, dos humores e caprichos dos magnatas em fim de vida. Mudanças recentes na legislação de herança em países como a França estariam favorecendo a constituição de fundações e a abertura ao público de notáveis coleções particulares. A crer-se na importância atribuída a tais medidas, é lícito concluir que se estão descobrindo fórmulas de contrabalançar a privatização dos acervos artísticos do Ocidente derivados da operação do mercado de arte a longo prazo e do encarecimento de obras célebres que daí decorre.

Mas, a questão dos suportes materiais à cultura artística, não termina aí. Na verdade, entre o campo econômico e o campo artístico, atua hoje nos países ricos uma complexa burocracia de diretores e conservadores de museus, *marchands*, conselheiros, relações públicas etc., que interfere decisivamente no controle de verbas e na programação das instituições. A compreensão das origens e formas de agir da moderna burocracia cultural passa assim a ser fundamental para o entendimento dos vínculos entre o meio artístico e o conjunto da classe dominante. Aí também, uma vez mais, a situação brasileira é notavelmente diversa, com seus museus sem verba até mesmo - como se ironiza - para pagar a conta da luz, e com sua programação comportando larga margem de improviso e amadorismo.

Tratando-se de nação com imensas carências culturais, dificilmente se justificaria da parte do governo brasileiro nas condições presentes, um aumento súbito e substancial nos recursos para um gênero tão marcadamente voltado para o público rico, como é o caso das artes plásticas.

Por isso, e por tudo de bom que a arte encerra, é sempre útil cogitar de novos meios para torná-la mais exuberante e mais acessível a todos, sobretudo em um regime sócio-econômico que espontaneamente não se inclina a estender à maioria o que há de melhor nas criações do espírito humano.

## Notas Biográficas

1- Relação extraída das listas de filiais de casas com Sotheby's, Christie's e Marlborough e constantes de seus anúncios em revistas de arte.

2 - Considere-se aí que o interesse em manter fortunas pessoais no território seguro e discreto de algum país europeu certamente refreia o efeito de dispersão geográfica da arte consagrada derivada das investidas desses compradores.

3 - Elayne Varian (1970, p. 72) anuncia abertura em Nova Iorque de duas antigalerias para comercializar antiarte, fato que mostra o lado caricatural da ilimitada possibilidade de "questionamento" da arte e de seu comércio.

4 - Os dados foram extraídos, respectivamente, de Hayes Jr. (1964, p. 22); Varian (1970, p. 72); e Calamandrei (1974, p. 68)

5 - A história da arte de um país pode incluir ao lado dos nascidos no país, artista estrangeiro que tenha nele vivido ou que tenha retratado sistematicamente suas paisagens ou seus tipos humanos, como é o caso do holandês Franz Post, na pintura brasileira.

6 - Tais críticos querem, com isso, ressaltar a seriedade e a responsabilidade do *marchand* de pintura contemporânea dos mercados centrais, que tomariam por "natural" a necessidade de "bancar" o início da carreira artística de jovens promissores. Em Varian (1970), encontra-se menção de que nos Estados Unidos essa prática é (ou era) razoavelmente generalizada. Comenta-se aí que o *marchand* Castelli costuma ser generoso e que chegou a sustentar artistas por quatro ou a adiantar meios de vida para artistas sem mercado; de cautela nessa questão, visto que existe uma tendência a idealizar o comerciante de arte dos países centrais, atribuindo-lhe uma generosidade e um descortínio que não existiriam no *marchand* brasileiro. A mesma fonte oferece dados que permitem relativizar a imagem idealizada do *marchand* norte americano. De um lado, os *marchands* mais jovens já estariam manifestando uma "mudança de filosofia", mostrando-se menos propensos que seus antecessores a comprar de ou a adiantar meio de vida para artistas sem mercado; de outro lado, o tempo médio de aceitação mercantil de um artista principiante estaria caindo de cinco ou seis para dois ou três anos, tendência essa cuja razão a fonte não especifica.

7 - No Estado de São Paulo havia, em 1970, 1.062 pessoas recenseadas pelo IBGE como "escultores e pintores"; em 1980 eles eram 2.606, ou seja, 63% a mais, sem contar os quase 3.600 "artesãos em cerâmica, couro, madeira e metal" que em 1980 pela primeira vez apareceram em rubrica própria no Censo. Como se trata aí de pessoas em efetivo exercício da ocupação declarada, é bom indicador de aumento nas oportunidades de trabalho no ofício das artes plásticas.

8 - Em "O mercado de bens simbólicos" Pierre Bourdieu alinha as tendências constitutivas dos mercados culturais em Paris, aponta a autonomia relativa a que os círculos de intelectuais chegaram em relação às demandas dos setores econômica e politicamente dominantes e apreende aí a gênese da definição contemporânea de arte e de vida artística (bem caracterizada na concepção de "arte pela arte") (Bourdieu, 1974, p. 99-181). A propósito, terreno muito sugestivo para a apreensão da luta pela distinção social no século passado e o do vestuário. Recomenda-se o estimulante estudo de Philippe Perrot (1981). Este autor lembra que nunca se editou tanto, manual de etiqueta social quanto entre 1850 e 1870, a mostrar a insegurança coletiva no que toca a hábitos de convivência.

9 - Para aquilatar a situação relativa à literatura de ficção e ao meio literário, consulte-se Broca (1980).

10 - Durand-Ruel e Ambroise Vollard, entre outros.

11 - Acerca da estratégia comercial de Durand-Ruel e de Vollard, consulte-se Raymonde Moulin (1967, cap. I "Les antécédents", p. 21-48).

12 - São as coleções que Aline Saarinen chama de "corretas", ou seja, que seguiam uma espécie de fórmula-padrão que incluía "... um Renoir, um Monet, um Degas, um Cézanne, um Van Gogh, um Gauguin, geralmente um Modigliani e um Picasso do período azul".

13 - Essa interferência se firma no pressuposto de uma reciprocidade entre preço e consagração; reconhecendo que preços elevados têm \_ poder de provocar reconhecimento cultural, e não apenas o contrário. A respeito da transformação das obras impressionistas nos preços "vedetes" da pintura no mercado internacional, consulte-se o esforço histórico de Raymonde Moulin, já citado.

14 - A iniciativa do jornalista Assis Chateaubriand, na sua ruidosa campanha de montagem do acervo do Museu de Arte de São Paulo, aproveitou esse momento favorável. Ver sua descrição em Bardi (1982). .

15 - Cf. Moulin (1967, p. 50). Entre esses títulos estão *The economics of taste*; de Reitlinger, em dois volumes, e *Art as an investment*, de. Rush, ambos de 1961.

16 – Como o “primitivismo” consiste na exaltação do que de mais espontâneo existe na estética do artesanato popular, não é preciso abrir escolas e aguardar a formação e maturação de produtores. Assim, a “reclassificação para cima” da arte popular, desencadeada pelo “primitivismo”, teve o efeito súbito de aumentar bastante a oferta de bens artísticos, sobretudo em um país com tanto subemprego e tanta gente disponível para engrossar os bolsões de artesanato, como o Brasil.

17 - Essas duas casas comerciais são as maiores e costumam publicar balanços, o que facilita a comparação.

18 - O balanço da situação presente foi retirado de "Vente aux enchères: Ia crise", de F. Duret-Robert, *in Connaissance des Arts*, set. 1982, p. 91-6. O índice de crescimento de 145% para os negócios de leilão da região parisiense é apresentado pelo mesmo Duret-Robert em *Connaissance des Arts*, jun. 1983, p. 93:

19 - Entre os textos mais sugestivos estão: Kjellberg (1979); Glueck (1971, 1983); Gent (1973); Metz (1979); Feldman (1973); além de "Vente aux enchères: Ia crise" de F. Duret Robert.

20 - Veja-se a respeito a antologia Dodd (1964), especialmente os capítulos de Aline Saarinen, Leslie Cheek Jr. e W. McNeil Lowry

21- Os comentaristas estendem ao budismo a mesma virtude da religião reformada, sustentando que é o princípio da moral budista que manda "devolver à sociedade o que se ganhou graças a ela" que estaria por trás da inclinação da burguesia japonesa pelas grandes coleções (Kjellberg, 1979, p. 61).

22 - Costuma-se também lembrar que as artes visuais portuguesas são pobres comparativamente a outros gêneros e a outros países, derivando daí um passado colonial brasileiro mais modesto em obra pictórica e escultórica.

23 - Em Durand (1985), o autor explorou essa vertente aplicando tal enfoque ao estudo de pessoas com imagem pública de "mecenas" ou "beneméritos das artes" no Brasil, como é o caso de Pedro II, ou, mais recentemente, de Francisco Matarazzo Sobrinho ou Assis Chateaubriand. Assim, por exemplo, a idéia de fundação do Museu de Arte de São Paulo, com acervo de nomeada internacional, e as táticas que o jornalista Assis Chateaubriand empregou para obter os recursos. necessários, entre 1948 e 1955, só ganham inteligibilidade no contexto da lógica (social, econômica e política) de expansão de seu império jornalístico, a cadeia dos Diários Associados.

24 - Acerca das mudanças introduzidas pelo *Tax Reform Act* de 1969, cf. Cohen (1972, p. 73). Os índices para a França e Alemanha foram retirados de Kjellberg (1980, p. 11). Veja-se também "Destination musées" (1975, p. 5). Neste artigo menciona-se outra alteração fiscal, agora em França, que teria melhorado a passagem de obras de coleções privadas ao domínio público: a possibilidade, desde 1970, de se pagar em obras de arte o imposto sobre a herança,, através da figura da *doação (dation)*, ou seja, a doação *post-mortem*. Junto com as doações em vida, as doações tornaram-se a fonte principal de enriquecimento dos museus, sendo de cinco a dez vezes superior, em valor, à parcela

representada pelas aquisições feitas pelo governo para seus museus. Parece que continua vigente nos EUA a lei de reforma tributária de 1969 (*Tax Reform Act*). Essa lei introduziu a possibilidade de a doação ser considerada pelo valor presente de mercado do objeto, e não pelo valor de compra, como era antes. Com essa alteração, pessoas e empresas passaram a poder realizar o lucro da valorização da obra doada no mercado de arte sem correr o risco da venda. As obras artísticas adquiridas para ornar instalações de empresa podem ser, segundo a legislação americana, enquadrada em despesas operacionais da empresa e sujeitas ao cálculo de depreciação que não se aplica aos bens classificados em ativos permanentes. Na legislação brasileira, o acervo da empresa é ativo permanente e não despesa operacional.

25 - Em 1976 as empresas que contribuíam para as artes, segundo o BCA, eram vinte e nove mil (Metz, 1979, p. 40). Interessante notar que, se tomadas em proporção à massa de lucros e ao número de empregados, *as contribuições das grandes corporações internacionais são em média quarenta vezes menores do que as das pequenas empresas americanas (aquelas com até mil empregados), o que mostra que a "generosidade" está na razão inversa da acumulação.* Todavia, como a concentração do capital é altíssima (as mil maiores contribuintes, segundo o BCA, repassam mais da metade de todo o gasto das empresas com cultura) e como as grandes corporações seguem comumente o princípio do "máximo impacto por dólar gasto" na seleção de seus programas culturais, resulta que seus repasses tenham repercussão bem maior perante os meios artísticos e perante o público em geral, do que o auxílio oferecido pelos vinte tantos milhares de pequenas e médias empresas, mais voltadas a uma programação local ou regional. Seria o caso de promoções cuja importância cultural assegura quase que obrigatoriamente farto comentário de imprensa, envolvendo nomes célebres e dispêndios imensos em cachês ou seguros.

26 - Metz (1979, p. 45). O realce das indústrias de fumo e de bebidas no patrocínio às artes parece ocorrer em vários países. Tal particularidade fica bem visível nos comentários acerca de doações apresentadas em Kjellberg (1979). Nos EUA: Philip Morris, R. J. Reynolds Corporation (fumo) e Seagram Company (bebidas); na Inglaterra: Imperial Tobacco e Benson & Hedges; no Japão: Suntory Whisky; na Holanda: Peter Stuveysant; Carlsberg, na Dinamarca.

27 - Convém advertir, para afastar fantasias, que quando se fala em investimento especulativo e em grandes capitalistas que reservam valor em obras de arte, que o que eles aí aplicam é irrisório perante a massa de capital financeiro em circulação. Segundo observações para São Paulo por volta de 1979-80, todo o movimento de leilões de arte *no correr de um ano representava em cruzeiros o equivalente a apenas um dia de movimento da Bolsa de Valores local: cerca de uns 80 milhões, em cruzeiros constantes de 1977*

28 - As obras de arte dos acervos de empresa são enquadrados como ativos permanentes e não como despesas operacionais, como nos Estados Unidos. Equivale a dizer que elas não entram no rol de bens entre os quais se calculam margens de depreciação.

29 - Segundo a sugestiva comparação ouvida de um ex-dirigente da FUNARTE, tudo o que o governo federal gasta para subsidiar *no país inteiro* atividades de artes plásticas no correr de um ano (a saber, o orçamento anual do INAP - Instituto Nacional de Artes Plásticas), se hipoteticamente fosse usado para aquisições no mercado de arte internacional daria para comprar apenas a *metade* de uma tela de Henri Matisse.

30 - Em texto recente, Sérgio Miceli aponta um considerável avanço na participação de empresas privadas no custeio de atividades culturais no Brasil, estimando que no conjunto, esse dispêndio tenha ultrapassado 7 bilhões de cruzeiros em 1983. Concertos de música erudita, espetáculos de balé, exposições de pintura, edições de arte e restauração de monumentos históricos são as manifestações culturais contempladas por essa fonte de recursos (cf. Miceli, 1984, p. 8-9). Pela relação de nomes apresentados por Miceli nota-se que são bancos e seguradoras, e fabricantes de cigarros e bebidas os que mais gastam. Além dessas, notam-se empresas em cujas famílias proprietárias há pessoas notoriamente aficcionadas por artes eruditas, colecionadores, críticos etc.

31- Um importante diretor de museu de arte em São Paulo, o professor Pietro Bardi, ficou visivelmente irritado durante uma entrevista, quando o autor lhe perguntou sobre o mecenato particular no Brasil. Segundo ele, ninguém em São Paulo merecia o título de "mecenaz", *visto que ninguém jamais destinara para promoções artísticas recursos próprios de magnitude considerável.* A seu ver, mecenato era coisa bem diversa do hábito de criar instituições com dinheiro do governo ou de terceiros, como várias vezes se fez no Brasil. Ressalvou ele o caso único de um magnata - Armando Álvares Penteado - que deixou um lato patrimônio (imóveis, ações, rendas de aluguel etc.) para iniciativas culturais e

artísticas, mas que ainda assim teve seu testamento parcialmente subvertido pelos sucessores, que teriam conseguido converter legalmente em doação a particular uma importante pinacoteca de autores internacionais que o falecido queria ver destinada a domínio público.

## **Bibliografia**

BARDI, Pietro M. *Sodalício com Assis Chateaubrand*. São Paulo, MASP, 1982.

BÉNÉZZIT, E. *Dictionnaire critique et documentaire des peintres, sculpteur, dessinateurs et graveurs de tous les temps et de tous les pays par un groupe d'écrivains spécialistes français et étrangers*. Paris, Livraria Gründ, 8 vols., 1966.

BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. Org. de Sérgio Miceli. São Paulo, Perspectiva, 1974

BROCA, Brito. *A vida literária no Brasil -1900*. Rio de Janeiro, José Olympio, 2ª ed., 1960.

CALAMANDREI, M. *Arte e vita dell'America d'oggi*. Fratelli Fabri, 1974.

COHEN, J. "Art and taxes: the new line". *Art in America*, maio/junho, 1972..

\_\_\_\_\_. "Destination musées". *Connaissance des Arts*, nov. 1975.

DURAND, José Carlos. "Expansão do mercado de arte em São Paulo - 1960-1980", contribuição ao seminário *Estado e cultura no Brasil - anos 70*. In: Miceli, S. (org.) *Estado e cultura no Brasil*. São Paulo, DIFEL, 1984,p. 173-207.

\_\_\_\_\_. *Arte, privilégio e distinção (artes plásticas, arquitetura e classe dominante no Brasil, 1855-1985. Da Academia ao Mercado)*. Tese de doutoramento em sociologia, Departamento de Ciências Sociais da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da USP, datilografados, 2 vols., 1985.

DODD, Lamar (coord.). *Panorama das Artes Plásticas*. Rio de Janeiro, Fundo de Cultura, 1964. (Col. Panorama do Conhecimento).

DURET-ROBERT, F. "Vente aux enchères: la crise". *Connaissance des Artes*, set. 1982.

FELDMAN, A. "Why Japanese collectors act that way?" *Art News*, verão de 1973.

GENT, G. "The growing corporate involvement in the arts". *Arts News*, Jan. 1973.

GLUECK, G. "Power and esthetics: the trustee". *Art in America*, Jul./ago., 1971.

\_\_\_\_\_. "Dix millions de dollars pour la culture". *Connaissance des Arts*, Jan., 1983.

HAYES Jr., B. "O ambiente cultural". In: DODD, Lamar (coord.) *Panorama das Artes Plásticas*. Rio de Janeiro, Fundo de Cultura, 1964. (Col. Panorama do Conhecimento).

INSTITUTO Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Censos Demográficos (Mão-de-Obra) para 1970 e 1980.

KJELLBERG, P. "Les nouveaux mécènes". *Connaissance des Arts*, mar., 1979.

\_\_\_\_\_. "Fondations: une ère nouvelle en France". *Connaissance des Arts*, Jul. 1980.

*O MERCADO de Arte no Brasil 1984/1985*. Rio de Janeiro, Leo Christiano Editorial Ltda., 1985

\_\_\_\_. *MAYER International des Ventes*. Paris, Editions Mayer, s/d.

METZ, R. "The corporation as art patron: a growth stock". *Art News*, maio, 1979.

MICELI, Sérgio. "Entre no ar em Belíndia: a indústria cultural hoje". *Cadernos do IFCH/Unicamp*, n° 15, 1984.

MOULIN, Raymonde. *Le marché de la peinture en France*. Paris, Minuit, 2<sup>e</sup> ed., 1967.

PERROT, Philippe. *Les dessus et les dessous de la bourgeoisie (une histoire du vêtement au XIX siècle)*. Paris, Fayard, 1981.

VARIAN, E. "New dealing". *Art in America*, jan/fev, 1970.