

MERCADO DE ARTE E ENSINO DE ARTE: EM BUSCA DE CONEXÕES

ART MARKET AND ART EDUCATION: IN SEARCH OF CONNECTIONS

Giovana Bianca Darolt Hillesheim¹

Resumo:

O texto propõe reconhecer, mapear e compreender as principais estratégias utilizadas no estágio atual do capitalismo para dar seguimento ao projeto societário hegemônico. A partir da constatação que o capitalismo elegeu a cultura como principal mercadoria do momento atual, a pesquisa está fundamentada no conceito de capitalismo cultural, conforme a acepção de Jameson. O estudo evidenciou a reciprocidade direta entre arte e mercado, compondo uma unidade pautada na desdiferenciação. Os aportes teóricos trazem discussões provenientes da história da arte (Graw), sociologia da arte (Quemin), cultura (Jameson) e geopolítica do capitalismo (Harvey). A pesquisa aponta para uma conexão do mercado de arte com o ensino de arte, explicitando que o mesmo grupo de artistas referendados pelo mercado está inserido nos materiais de apoio pedagógico dos professores de Santa Catarina.

Palavras-chave: Capitalismo cultural. Mercado de arte. Ensino de arte.

Abstract:

The text proposes to recognize, to map and to understand the main strategies used in the current stage of capitalism to follow up the hegemonic societal project. From the finding that capitalism has elected culture as the main commodity of the present moment, this research is based on the concept of cultural capitalism, according to Jameson's sense. The study showed the direct reciprocity between art and market, composing a unit based on non-differentiation. The theoretical contributions bring discussions from the history of art (Graw), art sociology (Quemin), culture (Jameson) and geopolitics of capitalism (Harvey). The research shows a connection between the art market and art education, explaining that the same group of artists referenced by the market is inserted in the pedagogical support materials of teachers in Santa Catarina.

Keywords: Cultural capitalism. Art market. Art education.

¹ Licenciada, mestre e doutora em Artes Visuais/UDESC. Docente de Artes do IFSC.

Introdução

Propor uma pesquisa que conecte mercado de arte e ensino de arte é uma tarefa que tenho considerado, cada vez mais, audaciosa e temerária. É audaciosa, na medida em que sugere ser possível, de alguma maneira, demonstrar que existe uma estrutura embrionária ainda não revelada nesta conexão. Por outro lado, é também uma pesquisa temerária, uma vez que se trata de uma temática cujos interlocutores dispostos a conversar encontram-se preponderantemente no polo da *educação*, raramente no polo oposto, o polo de quem participa ativamente do *mercado de arte*. Sendo assim, o risco do estudo ficar órfão de pai e “repleto de mãe” é inegável. Ainda assim, tentarei por meio deste texto arrolar alguns argumentos que corroborem a pertinência da investigação desta conexão, opção trilhada nos últimos seis anos de pesquisa comprometida com o assunto.

No estudo a que me refiro a seguir, narrado intencionalmente em primeira pessoa, busquei reconhecer, mapear e compreender as principais estratégias utilizadas no atual estágio do capitalismo para construir consenso e manter-se em desenvolvimento. Trata-se de pesquisa iniciada em 2014 tendo como motivação inicial a percepção (não só pessoal, mas de um coletivo de pesquisadores²), de que professores e professoras participam de forma nem sempre consciente do projeto societário hegemônico. Neste sentido, reitero meu intuito de lutar por uma educação contra hegemônica, aspecto que considero importante retomar em outra oportunidade. No campo cultural, encontro-me filiada ao pensamento de dois teóricos que ocupam papel de relevo nos estudos contemporâneos do marxismo: Frederic Jameson, crítico cultural nascido em 1934 nos Estados Unidos que reflete sobre a cultura contemporânea e faz uso da expressão *capitalismo cultural* para se referir ao período atual do capitalismo; e David Harvey, geógrafo urbanista britânico nascido em 1935 que vê uma relação direta entre a ascensão das formas culturais contemporâneas, a manifestação geopolítica do capitalismo e a emergência de modos mais flexíveis de acumulação de capital.

Jameson (2006) entende que a capitalização da cultura tem se tornado uma das principais estratégias econômicas para ascensão do capitalismo. O capitalismo cultural busca associar matéria, espaço, ambiente e experiências sensíveis. Muito daquilo que costumava ser considerado especificamente cultural, se tornou também econômico e comercial. Demonstrações empíricas do capitalismo cultural podem ser percebidas em diversas manifestações cotidianas, como por exemplo, na configuração urbana das

² Pesquisadores do Grupo de Pesquisa Formação e Arte nos Processos Políticos Contemporâneos (PPGAV-UDESC).

idades com seus espaços que funcionam como terrenos de jogos urbanos, marketing sensorial e busca pelo reencantamento do mundo à luz da fruição estética. Na esteira do capitalismo cultural, os novos produtos postos à venda se alicerçam em vivências estetizadas: vivência gastronômica, turística, corporal, pedagógica, cinematográfica, espiritual, musical, arquitetônica, de bem-estar, entre outras formas de sinalizar singularidade. Todas estas vivências apontam para uma tentativa de unificar os campos econômico e cultural, propondo uma lógica de consumo pautada na exclusividade. O capitalismo cultural aposta no acúmulo de vivências, além do acúmulo de objetos, como materialização dos desejos de consumo.

Acompanhando este pensamento, Harvey (2006) esclarece que existe uma relação direta entre a ascensão das formas culturais e a emergência de modos mais flexíveis de acumulação de capital. Desta relação emana o enaltecimento ao empreendedorismo, a defesa de uma reestruturação produtiva com critérios geográficos, a luta pela desvinculação do Estado de uma série de serviços e as constantes replicações dos desejos de consumo.

Pauto-me, portanto, na ascensão de bens culturais intencionalmente semeados pelo capital, para fazer uso da expressão *projeto societário hegemônico*, referindo-me às mudanças políticas, econômicas e sociais ocorridas em contexto mundial após os anos de 1980, período que inaugura um projeto econômico mundial mais agressivo por meio da combinação de grandes volumes de transações financeiras e política de desregulamentação. Esta combinação de fatores, ascensão dos bens culturais e crescentes desregulamentação do mercado, oportunizou a progressiva reestruturação produtiva do capital, levando à precarização do trabalho e à captura da subjetividade por meio da cultura como mecanismo de controle sociometabólico do capital³.

Neste sentido, procurarei evidenciar no decorrer deste artigo como o ensino de arte é impactado pela ascensão dos bens culturais, pela desvinculação de serviços por parte do Estado, pela consequente precarização do trabalho e pela captura da subjetividade: indícios de base para analisar a conexão entre ensino de arte na educação básica e mercado de arte. Mas antes resgato, no tópico a seguir, algumas das principais características do mercado de arte.

³ A década de 1980 foi marcada pelo início dos governos de Margaret Thatcher, no Reino Unido, e Ronald Reagan, nos EUA, e é considerada uma das décadas mais reacionárias do século XX. O sociólogo brasileiro Giovanni Alves (2011) defende as décadas de 1980, 1990 e 2000 formam os chamados “trinta anos perversos”, em contrapartida aos “trinta anos gloriosos”, expressão que Jean Fourastié cunhou em 1979 para se referir ao crescimento econômico nos países desenvolvidos após a segunda guerra mundial, entre 1945 e 1975.

Arte, cultura e funcionamento do mercado

Embora as poucas páginas de um artigo não sejam suficientes para apresentar e problematizar as especificidades conceituais de arte e cultura, não quero me furtar à tarefa de apresentar algumas considerações da ordem da funcionalidade. Jameson e Harvey corroboram a ideia de que, em sua forma atual, o capitalismo contou com a integração entre cultura e mercado, formando um importante marco histórico. Jameson (2006) chamou este marco de *virada cultural*. Um dos aspectos desta virada envolveu, ao mesmo tempo, um caráter estético e um caráter político que resultou em um progressivo apagamento de fronteiras conceituais e a construção da ideia de *desdiferenciação*⁴ entre os mais diversos campos, entre eles, o campo da arte e o da cultura.

O campo da arte foi fortemente marcado pelo discurso da desdiferenciação. Diante do pensamento que pergunta se determinada experiência é ou não é arte, a virada cultural carimbou este questionamento como retrógrado e sem sentido. Para atender as demandas do capital, o conceito de arte precisou tornar-se flexível, passando por um deslocamento semântico que mudou a percepção do papel da arte e do artista na sociedade. O fenômeno da desdiferenciação entre arte e cultura acarretou o progressivo apagamento da noção de que arte é uma das muitas formas em que a cultura se materializa. Apesar de cultura e arte não serem completamente independentes, são fenômenos com funções diferentes.

Cabe esclarecer que no campo do marxismo a obra de arte que cumpre seu papel histórico é aquela que ao captar as contradições humanas não aliena a consciência histórica. A cultura, por sua vez, corresponde a uma categoria de transição no processo de elaboração da consciência (GRAMSCI, 1989). Tanto os mecanismos de ampliação da consciência, quanto os mecanismos de repressão e embotamento, podem ser considerados processos culturais com funcionalidades diferentes. Prejuízos conceituais acontecem quando anúncios midiáticos associam arte a eventos gastronômicos, desfiles de moda, feiras de ornamentos e festivais de agronegócio. O emaranhamento acentua a desdiferenciação entre arte e cultura e causa a sensação de que estes eventos suprem necessidades artísticas. O entretenimento acaba sendo confundido com democratização da arte.

⁴ Desdiferenciação é um conceito cunhado por Jameson para se referir ao movimento que abole as fronteiras existentes entre o cultural, o econômico e o político. A modernidade foi marcada pela diferenciação, na medida em que disseminava a relativa autonomia de toda uma gama de níveis e atividades sociais, enquanto que a pós-modernidade aposta na desdiferenciação para criar uma ruptura com o projeto moderno. (JAMESON, 1997, p. 117).

A atual ênfase nos produtos culturais desdiferenciados afeta diretamente o mercado de arte. Os produtos culturais e os artísticos são vistos pelas políticas públicas como relativamente homogêneos, sendo unidos em uma mesma categoria genérica chamada de *bens culturais*⁵. Estes bens passam por uma relação de interdependência financeira que resulta na criação de leis de incentivo fiscal para o emprego de recursos empresariais no financiamento da cultura. Há, portanto, uma administração indireta da cultura e da arte (desregulação do mercado), uma vez que o Estado facilita a promoção cultural por meio de incentivos fiscais oferecidos ao setor privado, que, por sua vez, se encontra livre para escolher o que será financiado e em quais condições. A decisão sobre a quais bens culturais a população terá acesso, acaba sendo uma decisão delegada aos interesses do mundo empresarial, à revelia dos interesses públicos⁶.

Em linhas gerais, o mercado de obras de arte é um universo que possui mais relação com o mercado do que com a arte em si. Moulin (2007), ao explicitar como ocorre o funcionamento básico do mercado, esclarece que há mercados diferentes para obras classificadas e para obras não classificadas. A divisão se assenta nas diferentes formas de circulação. As obras classificadas são aquelas consideradas clássicas, antigas ou modernas que estão no mercado secundário, já foram amplamente reconhecidas e catalogadas, possuem lugar cativo no patrimônio histórico da humanidade. Quem possui obras desse tipo, destaca Moulin, geralmente visa formar uma coleção que resultará no monopólio sobre determinado artista. O mercado da arte classificada possui redes de comunicação muito precisas, sendo que os principais compradores são instituições museológicas, empresas e *marchands* que agem muitas vezes visando ativar o mercado por meio da reconstituição da oferta de obras que estejam em sua posse. Esta reconstituição pode ser feita através da identificação e revisão de autoria das obras - neste universo, atribuir ou não uma obra a um artista clássico significa um evento monetário passível, inclusive, de batalha judicial – e pela revisão de valores ocasionados pela rarefação.

As obras de arte contemporânea costumam estar no mercado primário, composto pelas obras ainda não classificadas. Seu mercado é mais instável, pois o perfil de seu comprador é um empreendedor/investidor que assume riscos. Geralmente, o

⁵ No Brasil a expressão *bens culturais* apareceu pela primeira vez em documentos oficiais na Constituição Federal de 1988, sendo que nas constituições anteriores essa referência, além de ser mínima, estava atrelada às belas-artes ou ao patrimônio histórico.

⁶ Para leitura mais aprofundada sobre o assunto, consultar WU, Chin-Tao. **Privatização da Cultura: a intervenção corporativa nas artes desde os anos 80**. Trad. Paulo Cezar Castanheira. Co-edição: Sesc e Boitempo Editorial, 2013.

primeiro a apostar no potencial comercial de um artista é um galerista. São as galerias que promovem artistas iniciantes combinando técnicas de promoção comercial e difusão cultural em revistas, museus, coleções, grandes mostras e feiras culturais internacionais. As bienais e feiras de arte contemporânea qualificam os artistas e funcionam como lugares privilegiados para troca de informações entre galeristas, além de, segundo Moulin (2007), contribuir para a estandardização das escolhas dos colecionadores e dos diretores de museus.

Academicamente, o estudo com maior abrangência e reconhecimento sobre os critérios de valoração da arte é de autoria do sociólogo francês Pierre Bourdieu, datado das décadas de 1960 e 70. Segundo Bourdieu (1996), há duas formas de valoração da mercadoria artística, a valoração simbólica e a valoração de mercado. Estas formas, na concepção de Bourdieu, seriam relativamente independentes e nem sempre coniventes entre si, pois o valor simbólico funcionaria como um universo relativamente autônomo do mercado. Uma obra poderia, por exemplo, ter reconhecido valor simbólico, mesmo que não tenha alcançado significativo valor de mercado.

Mais recentemente, porém, a historiadora de arte e crítica alemã Isabelle Graw (2013) tem defendido que os anos finais do século XX e os primeiros anos do novo milênio testemunharam um crescimento massivo no rol de árbitros com voz para estabelecer o valor artístico das obras de arte, formado pela interface entre valor econômico e valor simbólico. Durante muito tempo se defendeu, a partir da pesquisa de Bourdieu, que o valor simbólico e o valor econômico fossem categorias independentes, e que, em certa medida, rivalizavam entre si. Graw defende que esta relação tem sido alterada nos últimos anos e que, no contexto atual, o valor simbólico de uma obra de arte é imprescindível para garantir seu valor de mercado. Neste novo cenário, novas e ampliadas demandas recaem sobre os artistas, hibridizando as identidades de artista, curador, crítico e galerista. Trata-se da expansão do perfil profissional do artista.

Graw (2013) observa que, para poder criar valor na configuração atual é necessário alimentar uma ampla rede de colaboração. Os perfis profissionais dos artistas são obrigatoriamente ampliados e precisam lidar com o imperativo da conectividade, onde a colaboração é a primeira tarefa a ser realizada. Trata-se da disseminação da ideia de que é preciso a todo trabalhador, inclusive ao artista, ter um perfil empreendedor, conforme também apontou Harvey (2006). Cada vez mais, a maior parte dos artistas encontra-se obrigada a se ocupar de seus próprios negócios, assim como das tarefas administrativas antes delegadas exclusivamente às galerias. Atuam como curadores, buscam realizar parcerias e escrevem sobre a arte de seu tempo. Como consequência,

poucos críticos se encorajam a escrever críticas negativas, pois algum dia pode-se precisar do apoio do criticado neste sistema em rede. Vive-se um “imperativo colaborativo”. As galerias intercambiam artistas, se dividem por representações geográficas, compartilham os caríssimos *stands* nas feiras, possuem projetos em comum. Tudo parece conspirar para que se tenham negócios com rivais potenciais; “convém conviver pacificamente”. (GRAW, 2013, p.225).

A pesquisa de Graw traz vários indícios da mudança de jogo no mercado de arte. Entre estes indícios estão os editais, os patrocínios aos grandes prêmios, a participação empresarial nos conselhos museais e as feiras de arte. Quando Graw alega estarmos vivendo uma realidade que impõe modificações à análise de Bordieu, sugere estarmos presenciando uma ruptura com o postulado sociológico da diferença funcional dos sistemas sociais. Como pontuou Jameson (2006), a diferença tem sido substituída pela desdiferenciação, o que implica num alinhamento estrutural do mundo da arte com outros sistemas funcionais.

Modificou-se, conseqüentemente, o próprio conceito de artista, agora marcado pela cultura do êxito empreendedor, levando muitos a assumirem postura de celebridade. Um dos princípios da celebridade é a adoção de procedimentos corporativos: cada artista passa a equivaler a uma marca que precisa ser gerida e globalizada. A migração do artista para a categoria de celebridade e a cultura da desdiferenciação são conseqüências de um capitalismo cultural em que todas as coisas permaneceram dependentes de autoridades consagratórias, dados que conduzem esta pesquisa para o trabalho do sociólogo francês Alain Quemin (2013), e seu estudo sobre como se constrói um *artista celebridade*.

Para Quemin (2013), a ideia difundida atualmente de que o mundo contemporâneo configura-se como uma grande aldeia globalizada é uma armadilha que serve aos interesses do capitalismo, mas não à disseminação e democratização da arte. Segundo Quemin, aos artistas que aspiram êxito no mercado internacional, recomenda-se que se instalem, prioritariamente, em Nova York. Desde 2000, Quemin desenvolve pesquisas que revelam que a nacionalidade dos passaportes dos artistas tem forte relação com seu sucesso ou sua marginalização no mercado global de arte⁷.

⁷ A base de dados para as pesquisas de Quemin aloja-se em dois indicadores de mercado de arte que classificam os artistas contemporâneos. Um deles é o *KunstKompass*, criado em 1970 pelo jornalista alemão da área econômica Willy Bongard, sendo considerado uma bússola da arte que revela a lista dos “100 artistas contemporâneos top” espalhados pelo mundo. Segundo Quemin, o cálculo se dá através de pontos atribuídos para cada artista em três quesitos: 1. Número de exposições individuais em museus ou centros de arte contemporânea considerados prestigiados; 2. Número de exposições coletivas em bienais, museus e centros de arte contemporânea; e 3. Número de artigos em revistas de arte contemporânea consideradas influentes internacionalmente. O segundo indicativo é o *Capital Kunstmarkt Kompass*, que

Em visita ao Brasil em 2007 para uma conferência no Centro Universitário SENAC, em São Paulo, Alain Quemin concedeu entrevista à Revista PROA sobre o estágio de sua pesquisa. Questionado sobre como avaliava a inserção de artistas brasileiros no mercado global de arte contemporânea, ele respondeu:

O Brasil possui três artistas contemporâneos que são célebres no exterior: Tunga, Ernesto Neto e Vik Muniz. Esses artistas têm menos destaque e são bem menos caros que as estrelas da arte contemporânea, como Jeff Koons, Damien Hirst, Gehrard Richter, Sigmar Polke, Bruce Nauman, Louise Bourgeois etc., mas mesmo assim possuem uma grande visibilidade... e eles ainda são jovens, então dispõem de tempo à sua frente para se imporem ainda mais. A posição dos artistas contemporâneos brasileiros é fácil de ser objetivada no mercado de vendas em leilão. Se considerarmos a lista de nacionalidades dos 500 artistas nascidos após 1945 que são mais caros, quer dizer, que atingem a maior soma dentro do montante global das obras arrematadas nos leilões de 2007-2008 (tomando como fonte o Artprice 2008 e uma classificação por países de nascença feita por minha conta), não estarão presentes mais do que 03 artistas brasileiros, contra 141 chineses(!), 84 americanos, 42 britânicos e 36 alemães, por exemplo. Deve-se notar, por outro lado, que os artistas brasileiros, mesmo sendo bem menos numerosos que aqueles de outras nacionalidades, são ainda jovens, já que se trata de Beatriz Milhazes (nascida em 1964), Vik Muniz (nascido em 1961) e Adriana Varejão (nascida em 1964). (QUEMIN, A. Entrevista realizada por GOLDSTEIN e OLIVEIRA, Revista PROA, 2007, p. 322).

Ao ressaltar em 2007 que o Brasil detinha menos de 1% dos nomes listados como artistas considerados internacionalmente bem-sucedidos, Quemin especulou sobre a possível ascensão de mercado de alguns artistas brasileiros contemporâneos em detrimento de outros. É nestes nomes que gostaria de me ater. Os nomes citados por Quemin obedeceram a critérios de mercado e abriram espaço para a pergunta: como este indicativo de mercado se comporta em relação ao ensino de arte? Haveria alguma conexão? Em caso afirmativo, como mostrar que existe uma estrutura embrionária nesta conexão? A próxima sessão é uma busca por respostas a estas perguntas.

Os caminhos metodológicos da pesquisa

Conforme apontei anteriormente, desde o início da pesquisa busco conectar o mercado de arte ao ensino de arte em busca de pontos que sinalizem uma estrutura embrionária passível de ser demonstrada por meio de dados palpáveis. Sendo assim, em 2017, convidei professores e professoras que lecionavam arte na educação básica de Santa Catarina para responder um questionário que intitulei de “Ensino de Arte em

utiliza um número maior de instâncias qualificadoras, embora gire em torno de critérios semelhantes. (QUEMIN, 2013).

Santa Catarina”. O questionário foi disponibilizado em ambiente virtual (ferramenta do *Google Drive*⁸) e sua disseminação se deu via rede de contatos do grupo de pesquisa Formação e Arte nos Processos Políticos Contemporâneos (PPGAV-UDESC) entre os meses de abril e maio de 2017.

A composição do grupo de professores que respondeu o questionário se caracterizou por 46 mulheres e 8 homens. No conjunto de 54 respondentes, 32 pessoas se enquadravam na faixa etária dos 31 aos 45 anos; 12 estavam acima de 45 anos; e 10 informaram não ultrapassar 30 anos de idade. Seis dos 54 docentes declararam trabalhar em mais de uma escola de educação básica. A pesquisa investigou a caracterização do grupo, compondo categorias de análise pautadas em faixa etária, formação acadêmica, gênero e percepção sobre o próprio ambiente de trabalho. Estas categorias não serão apresentadas neste texto. Escolho, neste momento, me deter a um aspecto muito específico levantado a partir das informações coletadas: os artistas contemporâneos que os docentes dizem citar em suas aulas e os materiais didáticos usados para preparar essas aulas.

Segundo o historiador francês Chartier (2002, p.61), a definição de material didático vincula-se aos suportes utilizados pelos professores para materializar o conteúdo e facilitar o processo de ensino-aprendizagem. A seleção do material didático a ser utilizado está, portanto, estreitamente vinculada à própria finalidade educativa e à forma como cada professor compreende a docência, os métodos que considera mais eficazes em cada situação e as condições objetivas de acesso a instrumentais adequados aos seus anseios. Entre os instrumentos utilizados como fontes para preparar as aulas, foram citados pelos docentes entrevistados diversos materiais físicos e digitais: livros didáticos de arte distribuídos pelo Programa Nacional do Livro Didático (PNLD), *sites* de arte (principalmente o *site* do Instituto Arte na Escola e do Instituto Itaú Cultural), catálogos de exposições, livros da área, periódicos especializados e materiais apostilados utilizados no processo formativo dos professores (principalmente nos casos em que a licenciatura se deu na modalidade Educação a Distância).

Diante do significativo número de professores que declaram usar o livro didático, busquei mapear quais eram os artistas atrelados à arte contemporânea citados nos livros didáticos recomendados pelo PNLD. Neste sentido, informei-me junto às gerências regionais de educação sobre quais foram os livros didáticos de Artes mais usados em Santa Catarina. A despeito de reiterada insistência, a consulta às gerências

⁸ Disponível em <https://docs.google.com/forms/d/1xoRiL6LNZ6Nx1SLm9CuYgyzTXB0Wf1cpGbxWcgpx0Hk/edit>

não obteve retorno oficial, sendo que as informações repassadas (citação aos livros mais usados) foram fornecidas extraoficialmente via contato telefônico por algumas gerências estaduais. A citação aos livros mais utilizados foi empiricamente confirmada nos ambientes escolares e ratificada por alguns dos professores que participaram da entrevista.

Desta forma, analisei 6 livros de Arte do PNLD. Os livros da coleção “Arte”- Ensino Fundamental - 4º ao 9º ano, da Editora Ática, tratam-se de 5 volumes de autoria de Eliana Pouguy (campanha PNLD 2016/2017/2018) e o livro “Por Toda Parte” – Volume Único – Ensino Médio, da Editora FTD, dos autores Solange Utari, Daniela Libâneo, Fábio Sardo e Pascoal Ferrari (campanha PNLD 2015/2016/2017). Encontrei 108 diferentes artistas categorizados como contemporâneos no contexto dos livros analisados. Entre estes artistas, 57 brasileiros e 51 estrangeiros. Os artistas brasileiros contemporâneos mais citados nestes livros foram Hélio Oiticica, Maria Bonomi, Adriana Varejão, Alex Flemming, Paulo Bruscky e Cildo Meireles. O grupo dos artistas estrangeiros mostrou-se mais diverso, todavia chamou atenção a constante citação ao artista Vik Muniz (12 citações nos seis exemplares). Apesar de Vik Muniz ser de nacionalidade brasileira, foi classificado como estrangeiro, uma vez que residia em Nova York no período da pesquisa.

O critério de considerar o local de residência dos artistas em detrimento do local de nascimento está estreitamente atrelado à pesquisa de Alex Quemin, na medida em que esta postula que há locais específicos onde devam residir os artistas que queiram alcançar reconhecimento no mercado e, talvez, alçar o posto de artista celebridade. No contexto internacional, a opção geográfica mais recomendada está nos Estados Unidos, pois, segundo Quemin (2013), os artistas celebridades precisam estar localizados próximos às galerias com maior volume de negócios. Estas se situam nos grandes centros urbanos, sendo que no contexto brasileiro a ênfase está no eixo Rio-São Paulo.

A pesquisa repetiu o mesmo procedimento de listagem de artistas contemporâneos citados nos vídeos didáticos do Instituto Arte na Escola e nas apostilas utilizadas na licenciatura em Artes Visuais do Centro Universitário Leonardo da Vinci (Grupo Uniasselvi). A pergunta direta feita aos professores entrevistados sobre quais artistas contemporâneos são costumeiramente citados em suas aulas, resultou numa lista de 69 diferentes artistas, sendo que os cinco mais citados (acima de 10 citações) foram Cildo Meireles, Vik Muniz, Beatriz Milhazes, Adriana Varejão e Tunga.

Análise dos resultados e convite para discussões futuras

Conforme postulado por Quemin (2013), no contexto mercadológico do capitalismo cultural, a localização geopolítica de um artista pode ser tão importante quanto sua produção artística. A distribuição geográfica dos artistas contemporâneos citados nos materiais usados pelos professores e a própria menção dos professores sobre quais artistas são citados em suas aulas, estão muito próximas aos artistas valorizados pelo mercado de arte.

Os artistas cuja produção atenda aos interesses pedagógicos em uma aula de arte parecem conectar-se intimamente a cidades com características cosmopolitas dos grandes centros urbanos, à movimentação frenética de transeuntes fazendo muitas coisas, imersão tecnológica e multiplicidade de ideias e modos de viver coexistindo compartilhando o mesmo espaço. É como se, ao beber deste caldo chamado ‘megacidade’, a capacidade de criação artística fosse a florada e as chances de ser ‘descoberto’ fossem maximizadas. A grande questão é: quem é este elemento que ‘descobre o bom artista’? Este ser poderoso que ao olhar para a produção artística de um desconhecido é capaz de sentenciar ‘este é bom’.

São muitas as narrativas que coexistem construindo os conceitos de arte e de artista. Admitir uma diferenciação entre arte e cultura, onde a cultura impulsiona consensos e a arte os questiona, implica em reconhecer que há alguma parte desconexa na narrativa hegemônica atual. Coexistem critérios para classificar e julgar a arte produzida atualmente pautados em investimentos econômicos e na capacidade de empresariamento e empreendimentos do artista. Tais critérios estão envoltos no discurso frouxo e facilmente assimilável de um mundo globalizado. Neste sentido, Graw (2013) não dá salvaguarda para a arte. A crítica e historiadora é enfática ao afirmar que arte e mercado são mutuamente dependentes. O mercado não é um empecilho para a arte contemporânea, mas um elemento que está na sua base fundante.

Os critérios geopolíticos mencionados por Quemin e evidenciados nos materiais didáticos utilizados pelos professores e professoras de artes de SC são vastamente citados por nos estudos de Harvey:

Para começar, o globo nunca foi um campo nivelado em que a acumulação capitalista pudesse jogar seu destino. Foi e continua a ser uma superfície intensamente variegada, ecológica, política, social e culturalmente diferenciada. Os fluxos de capital encontraram alguns terrenos mais fáceis de ocupar do que outros em diferentes fases de desenvolvimento. E no contato com o mercado capitalista mundial algumas formações sociais adaptaram-se para se inserir agressivamente nas formas capitalistas de troca de mercado, ao

passo que outras não o fizeram, por uma gama de motivos, o que teve conseqüências supremamente importante. (HARVEY, 2004, p. 51).

Tal como Harvey, Jameson também alerta sobre o efeito demolidor do capitalismo em escala global e seus interesses geopolíticos. O fenômeno da desdiferenciação leva a um vocabulário híbrido que usa termos da área econômica para abordar arte contemporânea: cotação, feiras, investimento, consolidação no mercado. No tocante à educação, embora a tecnologia tenha possibilitado a expansão das fontes de consulta, a comparação entre tais fontes evidencia o mesmo grupo de artistas referendados em diversos materiais de apoio, estando Vik Muniz e Adriana Varejão entre os artistas reincidentes. Estes artistas, citados em 2007 por Alain Quemin, também figuram nos cadernos da licenciatura em artes visuais da Uniasselvi. Tratam-se dos mesmos artistas.

Espero ter conseguido, em alguma medida, demonstrar a não aleatoriedade entre as escolhas do mercado e os artistas mencionados nas aulas de arte, colocando em suspenso não somente a tese de que haveria na arte um valor simbólico relativamente autônomo do valor econômico e contrariando a crença de que o ensino de arte não se conecta ao mercado de arte. Há mais indícios deste imbricamento do que se supunha, assim como há uma inegável estrutura embrionária que alimenta esta conexão. Ainda assim, faço uma ressalva: reconheço a necessidade de novos focos de análise e proponho a reflexão sobre estas conexões com interlocutores inseridos em ambos os pólos, o do mercado de arte e o da educação. Morar com a mãe (educação) não deveria nos impedir de conversar com o pai (mercado). Precisa-se de interlocutores. Quem aceitaria o convite?

Referências

ALVES, G. **Trabalho e Subjetividade**: o espírito do toyotismo na era do capitalismo manipulatório. São Paulo: Boitempo, 2011.

BORDIEU, P. **As Regras da Arte**: Gênese e Estrutura do Campo Literário. Trad. Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

CHARTIER, R. **Os desafios da escrita**. São Paulo: UNESP, 2002.

GOLDSTEIN, I e OLIVEIRA, L. **Mercado de arte, instituições artísticas e... passaportes**. Entrevista com Alain Quemin. Revista PROA, 2007. <http://www.ifch.unicamp.br/proa/entrevistas/entrevistaalain.htm>

GRAMSCI, A. **Os intelectuais e a organização da cultura**. Trad. Carlos Nelson Coutinho. 7. Ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.

GRAU, I. **Cuànto vale el arte?** Mercado, especulación y cultura de la celebridade. Trad. Cecilia Pavon y Claudio Iglesias. – Buenos Aires: Mardulce, 2013.

HARVEY, D. **Espaços de esperança**. Tradução de Adail Ubirajara Sobral e Maria Stela Gonçalves. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

HARVEY, D. **Condição pós-moderna**: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. 15. ed. Tradução de Adail Ubirajara Sobral e Maria Stela Gonçalves. Rio de Janeiro: Edições Loyola, 2006.

JAMESON, F. **A virada cultura**: reflexões sobre o pós-moderno. Trad. Carolina Araújo. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

MOULIN, R. **O mercado da Arte**: Mundialização e Novas Tecnologias. Trad. Daniela Kern. Porto Alegre, RS: Zouk, 2007.

QUEMIN, A. **Les stars de l'art contemporain**. Paris: CNRS Editions, 2013.

WU, C. **Privatização da Cultura**: a intervenção corporativa nas artes desde os anos 80. Trad. Paulo Cezar Castanheira. Co-edição: Sesc e Boitempo Editorial, 2013.