

A VIDA É CRUEL, NÃO A ARTE: ADERIR OU RESISTIR À ESTRUTURA DO CIRCUITO DE ARTES PLÁSTICAS?

FELIPE MATEUS ASSIS SOARES

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS (UFMG)

LUIZ ALEX SILVA SARAIVA

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS (UFMG)

A VIDA É CRUEL, NÃO A ARTE: ADERIR OU RESISTIR À ESTRUTURA DO CIRCUITO DE ARTES PLÁSTICAS?

Resumo

A concepção mais comum do sentido artístico se relaciona com tudo aquilo que diz respeito à possibilidade de expressão sentimental, afetiva, estética e criativa. Ao abordar esse segmento que vem ganhando importância em um contexto voltado para exploração e geração de riqueza, os Estudos Organizacionais além de evidenciar a ambiguidade presente na construção e relações discursivas nas organizações, promove uma discussão acerca da influência das práticas dos atores em relação à conformação da estrutura. Nesse artigo se reflete sobre esse âmbito organizacional permeado por essas narrativas e teve por objetivo identificar práticas de aderência e de resistência desenvolvidas pelos artistas plásticos profissionais de Belo Horizonte, submetidos às perspectivas negociais que apreendem o conceito de arte. Por meio de entrevistas e utilizando análise do discurso, foi possível avaliar a posição desses sujeitos na dinâmica estrutural do segmento, e identificar práticas desenvolvidas por esses sujeitos situados à margem, esboçando necessidades de aderência e focos de resistência em relação à situação estabelecida. A contribuição se concretiza no auxílio à compreensão de como a ação, as influências narrativas, e o estabelecimento de relações de dominância discursiva constituem o ambiente cultural de Belo Horizonte.

Palavras-chave: Arte; Simbolismo; Economia.

Introdução

Nesse artigo, a partir de uma reflexão organizacional sobre a dinâmica do meio artístico, o objetivo é identificar práticas de aderência e de resistência desenvolvidas pelos artistas plásticos profissionais de Belo Horizonte. Iniciamos o texto com um formato pouco comum, apresentando um caso ilustrativo que precede os primeiros argumentos:

No início do ano tivemos a oportunidade de estar presentes em um coquetel de inauguração da exposição comemorativa de um artista plástico brasileiro. A curadoria do evento se preocupou em preencher cada espaço com uma fase da carreira do artista. Esse evento contava com uma exposição guiada sobre sua vida e obra, conduzida por um estudioso de sua trajetória que, além da admiração, produzia obras claramente influenciadas pelo legado do homenageado. Durante visita guiada percorremos muitos saguões, cada qual com obras e estilos artísticos que marcaram diferentes fases da vida daquele artista. As intervenções promovidas pelo guia sempre se voltavam para a identificação do momento do artista, suas principais fontes de motivação e as técnicas aplicadas. Foi interessante observar as diversas interações que ele estabeleceu em relação a inúmeras categorias das artes plásticas em uma linha de atuação que perpassou a pintura, a serigrafia, a arte em tecidos, se mesclou à arquitetura, e teve seu auge na azulejaria. A forma como foi composta a exposição revela, além do talento, uma característica importante que se aplica a vários artistas considerados contemporâneos: o caráter multifacetado de sua atuação, seja por imposições da nova lógica do sistema, seja por aptidões múltiplas, mas que não se limitam a apenas uma modalidade de linguagem artística.

Entretanto, o momento que mais chamou a nossa atenção na narrativa que acompanhava a exposição foi um uma intervenção realizada de forma despretensiosa acerca da produção do trabalho daquele artista, que em determinado momento de sua carreira, quando já reconhecido pelo público, adotou um novo padrão de estruturação de suas obras que não impactava a sua lógica estética, mas que, por outro lado, reduzia o custo de produção, tornando o valor da obra mais acessível. Ali nós observávamos o discurso de exaltação da arte se mesclando a discursos aparentemente antagônicos e até então pouco relacionados, imbricados na tomada de decisão de um artista em relação ao modo pelo qual ele conduzia sua profissão.

A partir desse breve relato, é interessante abordar a arte enquanto fenômeno que se apresenta de forma organizada e que é influenciada por diversas narrativas que produzem a realidade dessa esfera, resultando na faceta do vivido em aspectos ambíguos, imbricados em processos de produção físico-simbólicos a que a arte e seu consumo induzem. Mais claramente, podemos dizer que a arte coloca em disputa a sua importância enquanto meio de produção de significação para a estrutura social. Em contrapartida, observando criticamente o âmbito em que se desenvolve, a arte ganha os contornos e símbolos de embasamentos econômicos e de gestão, e suas particularidades passam a ser avaliadas sempre levando em consideração esse aspecto que visa promover o encontro entre a obra e o consumidor.

Em uma sociedade desenvolvida sob os preceitos de uma economia baseada no consumo, os mais variados segmentos se voltam para a acumulação de riquezas. A arte, em suas inúmeras linguagens, não escapa a essa lógica, mas, de forma complexa, se apresenta como um espaço de intensas disputas no qual o simbolismo artístico, oriundo de seus discursos institucionais configura um jogo simultâneo de adaptação e resistência em relação às narrativas econômicas (Carrillo Grandes, 2016; Robertson, 2005; Lima, 2004; Throsby, 1994). Nessa dinâmica, a economia, e mais precisamente os seus argumentos ancorados em uma lógica “de um Estado a serviço do mercado, e de um mercado a serviço de si mesmo (Bayardo (2005, p. 260), vem se sobrepondo e disputando espaço com avaliações artísticas que passam por conceitos como representação, expressividade, simbolismo e estética, instâncias definidoras da arte (Goetzmann, Renneboog & Spaenjers, 2011; Heilbrun & Gray, 2004).

Assumimos a arte enquanto fenômeno complexo, parcialmente caracterizado por uma aderência a objetivos mercadológicos (Gérard-Varet, 1995), e buscamos examinar a esfera organizacional da arte de forma crítica, particularmente como a influência desses discursos. Abordaremos a própria questão da economia relacionada à arte, seu discurso e como esta vem se tornando um dos principais argumentos legitimadores sobre o que pode ou não ser considerado como expressão artística, com consequências que vão desde a hierarquização cultural até a sobreposição da gestão em relação ao ato criativo. Reflexo de tal dinâmica, observamos a marginalização dos artistas dentro da cadeia e o desenvolvimento de comportamentos que se voltam para uma necessária adaptação e uma emergente resistência.

Estrutura e gestão: discursos proeminentes e seus reflexos na prática dos artistas

A arte, diante da estruturação da sociedade contemporânea, resgata para si uma complexidade que excede as discussões teóricas proveniente de seu campo. O que a define? Quais as narrativas que balizam o nosso entendimento sobre a arte? Essas são questões extremamente complexas do ponto de vista do próprio conceito de arte, visto que em nossa sociedade temos diversos exemplos de expressão artística, mas que muitas vezes não apresentam semelhanças entre si (Moura, 2009). A questão da arte constitui ainda como uma incógnita dentro do seu próprio campo, coexistindo diversas narrativas associadas a determinadas características, mas

incapazes de instituir um consenso, visto a impossibilidade de enquadramento de tudo que se tem por ideal de arte um conjunto limitado de características (Ramírez Jaramillo, 2017).

As narrativas se espriam em teorias que se sobrepõem, se entrecruzam e se afastam. Os discursos oriundos das tentativas de legitimação da arte passam por diversos arcaçãos que vão desde a teoria da forma significativa, adentrando o expressionismo, passando pelo representacionalismo e, mais recentemente, se apegando à teoria institucional, sem uma convergência teórica em torno do que é a arte. Caracterizado por uma influência das instituições e discursos culturais acerca do significado que as obras carregam e que tem em si as características mais difundidas e mais belas dessa esfera – a perspectiva estética propriamente dita – a arte não deixa de estar imersa na e se faz para a sociedade, tornando-se, assim, artefato inserido em um modo organizativo que dialoga com outras narrativas para além de sua instituição enquanto fonte de expressão daquilo que há de mais humano em nós.

É possível observar um terreno complexo, que coloca em um mesmo espaço as pretensões e experiências que a arte promove ao lado da desejabilidade e simbolismo que o seu consumo representa (Bourdieu, 2015; Couquelin, 2005; Teixeira, 1996). O ideal de expressão muitas vezes atribuído à arte divide espaço com outras narrativas, que se tensionam e se equilibram em uma relação na qual simbolismo e economia sustentam e estruturam um segmento organizacional (Saraiva, 2007). Diversos trabalhos acerca da indústria cultural (Adorno, 2002; Lipovetsky & Serroy, 2015), da economia criativa (Bendassoli *et al.*, 2009; Bendassoli & Wood Jr, 2010; Caust, 2010; Glow, 2010; Lahaín, 2008) e da apreensão do poder simbólico da arte pelo capital privado (Wu, 2006) discutem que a arte também é permeada por outras concepções que não se interessam apenas pela estética, pelo belo, pela expressividade ou pelos sentimentos característicos de seu espaço institucional calcado na academia. A atribuição do “valor de troca” impõe uma dinâmica paralela ao desenvolvimento do segmento, afetando da produção da arte ao seu consumo.

Ter consciência da força do discurso econômico em relação à arte proporciona um vislumbre da complexidade da vivência dos sujeitos capazes de produzir arte e também um esclarecimento sobre como o domínio dos discursos empreendidos pelos intermediários se faz tão consistente (Cauquelin, 2005). A concepção da arte enquanto alternativa à rigidez da realidade social é frequentemente questionada por autores que denunciam a falácia da criatividade como alternativa às desigualdades existentes e também como opção para o desenvolvimento social, considerando que o interesse reside na atratividade e no potencial da classe criativa e seu simbolismo para a geração de riquezas (Glow, 2010). E como a arte também diz respeito a um negócio, é possível observar a instalação de uma lógica de apropriação que concerne ao mesmo padrão reprodutivo dos modelos hegemônicos observados, no qual a gestão figura como o instrumento ideal para atenuar a oposição entre arte e dinheiro (Campbell, 2018; Mandel, 2009; Caust, 2010).

Na relação entre arte e economia, podemos observar a aparição de conceitos oriundos de uma cultura voltada para resultados e que se sobrepõem ao movimento vanguardista que define a arte dentro dos limites institucionais os quais se vinculam a noção mais “pura” da arte (Santaella, 2009). Caust (2010) aborda este espectro quando trabalha os limites entre a arte e a gestão, revelando como os artistas têm sido subjugados aos interesses de gestores culturais que não se preocupam com a “criação” em si, mas com fatores concretos relacionados ao valor econômico e com questões que acabam por normatizar um processo que, em tese, deveria ser de livre expressão, caracterizando-o como uma cadeia produtiva com fins determinados. Ferreira Neto, Freguglia e Fajardo (2012), por outro lado, evidenciam a

necessidade do artista em se adaptar a essa cultura economicamente competitiva, ponto em que converge com Frey (1997) e Santagata (1995) quanto a um mercado institucionalmente constituído e, portanto, capaz de exercer pressões expressivas sobre a concepção e a execução da arte.

Os sujeitos que figuram nessa cadeia se voltam para uma finalidade em comum: concretizar o consumo das obras de arte. Desde os artistas até os curadores e *marchands*, o objetivo é proporcionar o consumo da arte. Contudo, conforme problematizam Potts *et al.* (2008), os produtos e serviços oriundos das formas organizativas desse segmento não apresentam um padrão estabelecido de regras que ilustre o comportamento dos consumidores em relação ao processo de decisão de compra, visto que o valor de uso figura como algo independente do valor de troca. Nesse mercado, os próprios produtores não possuem um poder para determinar quais obras terão valor, o que os obriga a produzir sem base referencial e também concede aos intermediários (*marchands*, galeristas, leiloeiros, críticos, curadores) um caráter de instância legitimadora das obras (Rubião & Machado, 2016).

A necessidade de tangibilizar o artefato artístico se move entre diversos interesses e carrega em si um valor que permeia a esfera social, econômica e cultural, dando origem a um capital simbólico, conforme define Bourdieu (2015). Os produtores da arte passam a ser, em nível organizacional, os agentes que disseminam as informações a respeito da arte, e disseminar informações nesse âmbito significa também fabricá-las. Desse modo, conservadores de grandes museus, *marchands*, colecionadores, críticos e curadores acabam por ser os responsáveis por imputar o valor às obras, tanto monetário quanto estético (Cauquelin, 2005). Na atualidade, a figura do próprio galerista ganha relevância enquanto intermediário, possibilitando o consumo da arte por meio de suas redes caracterizadas por uma estrutura capaz de unir interesses, relacionamentos, simbolismo e legitimidade como propõem Santagata (1995) e Rubião e Machado (2016). A partir desse cooptação da arte pelo discurso econômico, a relevância reside na legitimação da obra de arte, o que torna o artista, responsável pela produção, como uma pequena engrenagem do sistema, substituível e dependente das demais.

Cauquelin (2005), ao tratar do papel do artista em relação à arte contemporânea e nos ajuda a compreender como esse agente, responsável pela produção dos artefatos artísticos, se posiciona perante a estrutura discursiva dos níveis institucional e organizacional da arte. Com a imputação de um caráter utilitário em relação aos artefatos artísticos, as organizações do sistema da arte contribuíram para transportar o sujeito artista do centro para as extremidades da cadeia, deixando-o ocupar os espaços marginais do campo. O foco na cadeia produtiva é agora preenchido pelos críticos e *marchands*, responsáveis tanto pelo crivo estético como pelo crivo mercadológico atribuído às obras (Cauquelin, 2005). Enquanto sujeito e agente do meio, capaz de reagir às condições propostas, o artista vem adquirindo configurações de acordo com o contexto em que vive (Wedekin, 2000). A formação do artista e suas características como indivíduo e as principais peculiaridades de seu comportamento e de sua cultura, mesmo que de forma ambígua, acabam por refletir as contínuas e instáveis preponderâncias entre as ideologias que circundaram o espectro da arte (Hillesheim, Silva & Makowieky, 2013; Resende, 2005).

Em meio a esses embates, é no nível individual e prático do campo da arte, atrelado à sobreposição dos discursos e que, de certa forma, regem os entremeios do modo organizativo, onde verificamos a capacidade de agência dos sujeitos. Estabelecer um equilíbrio entre o hermético da arte presente em sua estética como conceito institucional e a abertura necessária

para figurar nos meandros organizacionais da cadeia de consumo pode significar o estabelecimento de uma das preocupações dos artistas da nossa atualidade, conforme abordado por Lang e Lang (1988), em um estudo sobre a manutenção da reputação de um artista, a construção de um renome e um reconhecimento.

Esse artigo se volta para a influência dos artistas, responsáveis pela produção dos artefatos e obras que movem todo o aparato do sistema cultural. Os artistas, suas ações e seus discursos são movidos e influenciados por anseios, necessidades, interesses e estratégias que, simultaneamente, são semente e fruto das influências discursivas oriundas da instituição da arte e da relação dessa própria arte com outras narrativas hegemônicas. A dinâmica organizacional das artes plásticas em Belo Horizonte traz para os Estudos Organizacionais temáticas que suscitam o debate em relação à capacidade de agência, adaptabilidade e resistência dos sujeitos ao voltar os olhos para a figura do artista em si o esboço de ténue equilíbrio discursivo reflete o âmago do sentido artístico e sua representação na estrutura de produção e consumo que pauta a sociedade.

Metodologia

Tendo em vista o que foi exposto até aqui e, no intuito de verificar o desenvolvimento de práticas por parte do artista para aderir e resistir nesse ambiente buscamos, por meio da realização de entrevistas em profundidade, relatos que nos permitam observar, dentro da ótica dos Estudos Organizacionais, como se arranja a esfera da arte e quais são os pontos que, na visão daquele que se envolve diretamente no processo de produção da obra, definem a arte. A entrevista em profundidade serviu como instrumento metodológico para o acesso às construções sociais dos artistas em relação ao próprio significado da arte, tais considerações se fazem essenciais tendo em vista que eles elas se apresentam como sujeitos representativos e eminentemente pertencentes a esta esfera, tendo nós a possibilidade de reconstruir, enquanto pesquisadores, a realidade por eles evidenciada (Poupart, 2012).

Em uma pesquisa que se volta para a análise da forma como os discursos sobre a arte, se relacionam com as formas de organização e o comportamento profissional de artistas plásticos de Belo Horizonte, volta-se conseqüentemente para o papel da fala. A fala, que dá origem a ações e discursos, segundo a perspectiva da análise crítica do discurso, não se configura apenas de forma individual: trata-se de uma forma de prática social, um modo de ação e de representação que contribui para a constituição de todas as dimensões da estrutura social que, direta ou indiretamente, a configuram (Carrieri *et al.*, 2009).

Com base na teoria do discurso social de Fairclough (2008), o discurso enquanto prática social se revela marcado por diversas orientações, entre as quais podemos destacar a orientação econômica, política, cultural e ideológica. Tais orientações caracterizam as ordens de discurso, facetas discursivas das ordens sociais presentes em determinados momentos na sociedade e que, por sua vez, estão intrinsecamente relacionadas aos efeitos construtivos do discurso, resumidos em sua função identitária, sua função relacional e sua função ideacional. Buscamos identificar nos discursos dos entrevistados práticas dos sujeitos e sua relação com os discursos, por meio de análise lexical, as interdiscursividades, percursos semânticos e ideologias presentes na fala.

A produção de dados relacionados à essa pesquisa ocorreu entre os meses de maio e setembro de 2018, tendo sido constituída por entrevistas semiestruturadas com 13 artistas em Belo Horizonte. Dentro desse corpo de artistas entrevistados, havia nove homens e quatro

mulheres, com idades que variam entre 29 e 60 anos, atuantes principalmente no âmbito da pintura, mas que lidam com linguagens como a serigrafia, gravura, escultura e azulejaria, música, dança, instalações e *performances*. No grupo entrevistado, há estágios distintos da carreira artística, desde iniciantes a artistas reconhecidos no cenário nacional e até mesmo com inserções internacionais em seus currículos. Em relação à formação acadêmica, embora este não tenha sido um requisito para eleger os sujeitos entrevistados, o acesso a esses artistas ocorreu, principalmente, por meio de indicações originadas em relacionamentos com estudantes da Escola de Belas Artes da UFMG. Outro canal de acesso aos sujeitos se deu por meio de relacionamentos pessoais com os artistas e também por convites realizados em exposições ocorridas na capital mineira no período da coleta de dados.

Análise dos dados

Os dados produzidos indicaram que sistema da arte se encontra caracterizado por uma dinâmica que requer não somente o talento do artista, mas uma aptidão para alcançar a legitimação de seu trabalho a partir da valoração e da promoção das obras pelos intermediários, confirmando Feldman (2018), Graw (2017), Carrillo Grandes (2016) e Caust (2010). Curadores e galeristas se apresentam como juízes desse ambiente, imputando exclusividade e valor a cada obra que selecionam, dando origem e justificando todo um processo em torno das demandas comerciais e simbólicas da arte. Os sujeitos dessa pesquisa, enquanto artistas profissionais, desenvolvem tal leitura do ambiente, imprimindo práticas para se manter, adaptar e resistir, garantindo sua existência nesse sistema. Algumas dessas práticas puderam ser identificadas durante as entrevistas – precificar a obra de arte, ser fiel à galeria, constituir ações coletivas e sobreviver de forma alternativa – serão descritas nessa seção.

Precificar a obra de arte

Precificar a obra se revela como uma atividade realizada pelos artistas que demonstra a convergência de algumas de suas principais preocupações, relacionadas à sobrevivência e à constituição de um *status* na cena artística de Belo Horizonte. A escassez de oportunidades nesse sentido não reflete uma escassez de oferta, o que leva os artistas a criarem um modo peculiar de lidar com as suas obras e, assim, buscar equilibrar a necessidade de recursos e a valoração da produção sem serem jogados para fora do sistema, como nos revela o excerto (01).

(01) Agora, se for um artista é... Mais comercial, aí é um cuidado que eu tenho que ter. Se eu disponibilizar meu trabalho com a oferta muito grande e com o preço muito baixo, isso é um tiro no pé, na questão do trabalho de pretender uma carreira artística de exposição, galeria e tal. Se eu quiser me defender financeiramente, eu posso fazer muita coisa. (Entrevistado 4)

O fragmento discursivo (01) aborda a temática do posicionamento do trabalho em relação ao mercado, atribuindo a essa nuance da vida do artista a necessidade de planejar, relacionado ao conteúdo comercial da trajetória do artista. Esse “cuidado” implica a leitura do mercado como um todo. O fato de haver uma consciência sobre o risco representado em disponibilizar uma grande oferta de artefatos por preços muito baixos, caracterizada na expressão “isso é um tiro no pé”, revela mais a interdiscursividade da produção artística com as narrativas econômicas que passam a permear a vida do artista. Essa perspectiva corrobora os argumentos de Campbell (2018) e de Gérard-Varet, L.-A. (1995) a respeito de que precificar a arte faz parte da própria dinâmica em curso, na qual a arte também é uma forma de investimento, a começar do próprio artista.

O ponto de equilíbrio dessa precificação se apresenta como um ponto crucial na carreira dos artistas, e a atenção prestada a essa dimensão do trabalho é constantemente pautada pela palavra “cuidado”, como se nota novamente no fragmento discursivo (02).

(02) Então, a gente faz uma combinação, pra não ficar muito caro também né!? Às vezes, o meu preço perto de outros artistas tá baratíssimo. Mesmo artistas mineiros ou... Aí eu tenho que tomar cuidado, mas eu não quero que fique cara demais, senão aí também não vende. (Entrevistado 3)

Durante as entrevistas foram mencionadas técnicas de precificação baseadas em medidas, em custo de produção em comparação a artistas que estão na mesma “fase”, em opiniões dos intermediários e outras modalidades. Contudo, o que se extrai dos discursos é que a valorização da obra contribui para sua exclusividade. Entretanto, na fala do entrevistado notamos também um sistema de preços já definidos no mercado e há, de forma ainda mais latente, um receio de que o preço impeça a própria venda do trabalho. O trecho, “mas eu não quero que fique cara demais, senão aí também não vende” carrega a preocupação com a sobrevivência do artista e traz em si o reflexo da ambiguidade acerca do valor da obra e as dúvidas sobre a sua aceitação. Também é possível verificar isso no excerto (03):

(03) Eu tento não colocar... Eu coloco preço baixo, mas sem ser um baixo a ponto de não ganhar nada. Um baixo que eu acho que eu seja digno, normalmente eu vejo como preço baixo... E... Ah, não sei... Não tenho tanta experiência pra falar disso. Mas de fato, eu também, não acho... Eu acho que eu não sou, é... Acho que pode ser também que eu não tenha tomado as melhores estratégias, não. (Entrevistado 10)

Na seleção lexical, ao assumir que coloca um preço baixo, o artista evidencia sua preocupação com a sobrevivência. Ao atribuir a palavra “digno” ao ato de precificar sua obra, o artista deixa claro se preocupar com a obtenção do recurso. Porém, a estrutura discursiva da fala é repleta de dúvidas e senões, caracterizando-se como um *trade-off*. Em outras palavras, a exclusividade de uma obra, o seu valor intrínseco, é que define um preço maior no mercado. Mas não se pode pensar em um preço tão elevado porque objetivamente se vive da comercialização das obras de arte. Trata-se de uma tensão entre arte e dinheiro, nos termos de Goetzmann, Renneboog e Spaenjers (2011), que se reflete em uma produção artística que é simbolicamente regida pela estética, mas economicamente regulada pelo mercado.

A prática de precificar um artefato se torna um ato estratégico que o artista realiza durante toda a sua trajetória profissional. Como em qualquer outro recorte da sua vida, as ambiguidades estão postas. A primeira delas, em embate com as características institucionais da arte, coloca em xeque o próprio ato de vender. Sendo a venda necessária, quanto pedir por uma obra que envolve sentimentos e subjetividades pessoais? O necessário para sobreviver? Mas o que significa precisamente “sobreviver da arte”? O próprio entrevistado sugere “que pode ser também que eu não tenha tomado as melhores estratégias”, uma alusão à necessidade da geração de recursos para o seu sustento.

Ser fiel à galeria

Conexa a essa questão da precificação e tendo seu embasamento na questão da ética no ambiente de trabalho, muitos artistas pontuam a prática da fidelidade à galeria como algo necessário para o próprio desenvolvimento da carreira. Como visto, a galeria representa um intermediário do sistema, sendo sua função relacionada à comercialização dos artefatos. É relativamente comum o estabelecimento de acordos que preveem a exclusividade dos artistas

em relação à galeria. As entrevistas sugerem que cadeia formada pelas galerias de certa forma extrai todo o potencial econômico dos artistas. Em outras palavras, há uma rede que se sustenta com base em uma disputa de interesses entre os artistas e os galeristas. O poder de legitimação atribuído a estes *players* é reforçado por uma prática dos próprios artistas, uma vez que quebrar a cláusula de exclusividade parece não ser uma boa escolha, como evidencia o fragmento (04).

(04) Aqui em Minas, por exemplo, inclusive, eu acho que grande parte dos artistas que... São muito conhecidos aqui, mas que não são conhecidos nacionalmente, tá muito ligado a essa questão, de nunca terem sabido trocar profissionalmente com a galeria, com o mercado. Entendeu?! Então, tinha isso que eu te falei, artista que deixava o trabalho aqui, ali e ali e você não consegue né... Trabalhar a progressão daquele artista ou que... Exatamente esse caso que eu te falei; todo mundo sabe que você tá na galeria tal, mas vai no seu ateliê e compra pela metade do preço. (Entrevistado 2)

No fragmento discursivo (04), o entrevistado atribui o não desenvolvimento da carreira de alguns artistas de Minas Gerais a uma deficiência no que diz respeito ao relacionamento com as galerias. Esse relacionamento também já foi pontuado por Rubião e Machado (2016), pela perspectiva de galeristas acerca do estabelecimento de relações de confiança. A expressão “nunca terem sabido trocar profissionalmente com a galeria, com o mercado” sugere um jogo de poder e remete a um “saber” pautado em noções que vão além do conhecimento estético e técnico do artista e se referem ao conhecimento do mundo dos negócios. Configura-se uma prática dos artistas o estabelecimento efetivo dessa exclusividade ou, no mínimo parecer que há uma relação exclusiva. O excerto (05) aborda a questão.

(05) Não, eu não vendo no ateliê diretamente não. Que é uma questão assim, tem muita gente que não... Tem artistas que vendem, tipo assim, mesmo escondido e tá... É... Eu troco trabalho com amigos, eu acho que isso é ótimo assim, mas, o combinado com ele é de uma exclusividade aqui em Belo Horizonte. (Entrevistado 5)

O modo enfático presente na voz e no modo que o artista afirma que não vende suas obras diretamente no ateliê reflete a necessidade de se estabelecer uma imagem ética no meio profissional de relação com as galerias. Atrair a desconfiança desses intermediários pode culminar numa desvalorização ou em um “esquecimento” por parte das galerias, o que, em Belo Horizonte, visto a escassez de instituições e programas de incentivos, pode significar o fim de uma carreira. Contudo, a fala deixa escapar afirmações sobre a comum ocorrência de vendas fora desses parâmetros (“tem artistas que vendem... escondido”), contornando, assim, o jogo de poderes e abrindo espaço para apresentação de outra prática, a de constituição de ações coletivas.

Constituir ações coletivas

As duas primeiras práticas apresentadas revelam certa adaptação dos artistas ao modo como o ambiente da arte se conformou. Já a terceira prática identificada evidencia resistência e possibilidade de superação do problema abordado e vem ganhando força nos últimos anos. Trata-se de uma ação conjunta de cooperação entre artistas, ainda incipiente, mas que já possui, em Belo Horizonte, certa mobilização. Os nomes e os detalhes referentes aos coletivos citados nas entrevistas foram preservados. Porém, cabe salientar que são geridos sem a presença dos intermediários institucionais, custeados a partir de recursos próprios e representam um movimento de oposição em relação ao sistema da arte nos moldes propostos

por Cauquelin (2005). Organizados em bares, residências ou em galpões, os “coletivos” têm a proposta de desvirtuar o consumo, fazer uma “paródia” do “sistema econômico”, oferecer obras de arte a preço simbólico e trazer uma nova dinâmica para a cena artística, como observado nos fragmentos discursivos (06) e (07).

(06) É que eu tinha uns amigos que tinha um bar, assim... Que era uma “galeria de arte”, completamente fora assim do padrão, era meio... Fazia até o leilão de R\$1,99, eu não sei se você já ouviu falar... Os artistas colaboram deixando um trabalho pra vender lá... E o leilão começa a R\$1,99. Então... Dá acesso a outras pessoas pelo trabalho de vários artistas assim né?! É um leilão também, uma paródia sobre todo o sistema da arte né, do sistema monetário e é um pessoal muito mais, vamos dizer assim, uma turma mais fora assim né, desse... Ou que tá dentro, mas que também tem esse lado fora. (Entrevistado 1)

(07) É... Mas acabou que a gente formou um coletivo [...] Mais ou menos de 2014 a 2016, a gente fez uma série de ações, assim... É... Normalmente, a gente imprime cartaz [...] De diversas formas e a gente colava nas ruas e tal. [...] Uma mensagem política explícita, é... Era assim... A arte atual... Era um processo de construção poético artístico. (Entrevistado 9)

Nessa prática, que destoa dos modelos de galerias propostos por Santagata (1995) e Rubião e Machado (2016), as ações coletivas vêm se mostrando como uma alternativa no que tange à questão da sobrevivência e da inserção no circuito de vendas, extrapolando as possibilidades formais de venda pelos intermediários. Como discutido por Sharp (2017), é instigante pensar nos próprios artistas politicamente se posicionando ao estabelecer “canais de distribuição” alternativos para suas obras, algo que embute preocupações de ordem comercial associadas à produção artística em si. Outro aspecto que se destaca é a menção a “dentro” e “fora”, cujo implícito subentendido se refere, respectivamente, a artistas que estão no circuito comercial e a artistas que dele não fazem parte. Só é possível pensar de forma alternativa se isso é assumido como pauta política de uma forma de vida sociopolítica (Garcia, 2019), portando “uma mensagem política explícita”, seja no que se refere à existência do espaço comercial em si, seja na precificação popular, seja na resistência na forma de “paródia sobre todo o sistema da arte” e “do sistema monetário”. O fragmento discursivo (08) prossegue na discussão:

(08) Exclusividade... Originalidade... Genialidade... São coisas que tão arraigadas aí, no pensando, na tradição da arte e que tá tendo... Os artistas tentam desconstruir. Então, através de coletivo... Então, por exemplo, tem alguns coletivos hoje em dia que são mais... Famosos e conseguem até uma sobrevivência no mercado, que significa que de certo modo, o mercado tá um pouco mais aberto pra essa... Essa modalidade, assim. Mas ainda é muito fechado. (Entrevistado 7)

Os três adjetivos descritos no início da frase do entrevistado são utilizados para enfatizar toda a valoração que a individualidade representa na arte. A concretização da noção de indivíduo remonta ao tempo dos pensamentos iluministas e traz para o artista, enquanto profissional, uma singularidade (Wedekin, 2000). O coletivo se apresenta, então, como uma forma de resistência, na qual os que vivenciam as mesmas restrições, as mesmas dificuldades, se unem para combater o tradicionalismo artístico. É interessante verificar que o próprio entrevistado coloca esse tipo de ação como algo a ser gradativamente aceito pelo mercado. Ele o faz estabelecendo uma interdiscursividade entre a perspectiva individual, que trabalha de forma a manter a atual estrutura, e a coletiva, que pode constituir uma ameaça aos intermediários do sistema. Essa perspectiva também é trabalhada no fragmento discursivo (09).

(09) Eu acho que o caminho não é depender disso pra você conseguir vender o seu trabalho. Eu acho que os jovens artistas hoje, assim, eles são artistas jovens, mas eu

falo assim, meus alunos, eu incentivo eles, é... A propor uma nova forma de vender o trabalho... Mas autônoma, mas, é... Dentro do ateliê deles, então eu acho que a gente também tem que pensar novas formas. (Entrevistado 8)

O trecho (09) sugere que organização dos artistas em coletivos figura, de fato, como uma resistência e como uma alternativa ao mercado vigente, uma vez que propicia outra forma de “vender o seu trabalho”. Entretanto, pensar “novas formas” necessita de incentivo e isso reflete todo um engessamento oriundo dos discursos que visam apenas explorar o potencial econômico da capacidade artísticas desses sujeitos. Encontrar novas formas de gerir, de se promover, de se custear e de sobreviver pode significar uma transformação do papel do artista e da arte na sociedade. Ao menos em parte, desvincular-se dos interesses econômicos hegemônicos que se impõe a toda a cadeia pode representar um retorno aos valores concebidos por esses sujeitos desde a sua infância, o que não é fácil considerando a questão da sobrevivência.

Sobreviver de forma alternativa

A prática de sobrevivência alternativa se revela como prova da dificuldade que esses sujeitos possuem ao tentar se firmar profissionalmente. Diante das subjetividades acerca da legitimação da arte, bem como da subalternidade da figura do artista diante da estrutura comercial da arte, a necessidade de sobrevivência passa a dar as cartas no jogo. Não é incomum observar artistas que se mobilizam para se manter, conforme o fragmento (10):

(10) Toda pessoa, independe de ser artista ou não, ela tem que ter o plano A e o plano B. Porque senão, ele fica só numa coisa... Por isso, que o artista, hoje, não consegue segurar o nome dele. Porque, ele só tem o plano A. Então, ele depende da arte, da venda, senão ele passa fome. Então, pra não passar fome, ele tem que abaixar o preço, daí ele não segura. Aí ele cai. Daí, ele não consegue subir mais, entendeu? Então, infelizmente a vida é cruel, não é a arte. (Entrevistado 6)

Planejar uma ocupação alternativa é algo trabalhado estrategicamente de modo a permitir que o artista não necessite fazer algo que possa prejudicar a sua carreira, como “abaixar o preço”. Isso sugere a importância de um posicionamento relacionado a uma cultura de mercado competitivo (Ferreira Neto, Freguglia & Fajardo, 2012). Nesse sentido, ao mencionar que todo artista deve ter o “Plano B”, o entrevistado revela a importância de possuir poder de barganha – o que sugere um discurso elitista no âmbito das artes. Assim como Rubião e Machado (2016) pontuam que galeristas geralmente possuem outras atividades e se relacionam com a arte por prazer, os artistas possuem outras fontes de renda para garantir a sua sobrevivência. Vender e sobreviver da arte passa a ser resultado de um emaranhado de práticas que os próprios artistas desenvolvem para contornar o sistema.

Possuir uma ocupação alternativa é um traço característico desse *ethos* profissional, dessa parcela da vida que remete à dinâmica profissional de artistas plásticos de Belo Horizonte. Para muitos, ser artista significa, em algum momento, também ser outro profissional. Seja a partir da verificação da impossibilidade de se viver da arte ou mesmo de forma planejada, como mencionado no excerto anterior. O fato é que a profissão de artista demanda uma espécie de suporte conforme o fragmento discursivo (11):

(11) É... Fazer outras coisas assim, trabalhando de garçomete, outras... Bicos, coisas muito é... Esporádicas assim. Nenhum trabalho fixo, então... Hoje eu vejo assim, que eu gostaria de ter um trabalho que me desse um pouco mais de estabilidade, pra poder pensar assim, agora, eu vou me dedicar... Não vou me dedicar inteiramente,

mas eu vou me dedicar a conseguir ter um tempo, tranquilo de trabalho no ateliê; que eu não fique pensando em como que eu vou conseguir o dinheiro pra manter alguma coisa, pagar... Porque antes, eu tinha o ateliê, paga aluguel dele. Isso era uma constante preocupação na minha cabeça. (Entrevistado 7)

O fragmento remete à dificuldade encontrada pelo artista para sobreviver em face do sistema em que se insere. A submissão a trabalhos definidos como “bicos” revela dois pontos: o primeiro, explícito, é a possibilidade de que a arte pode não figure como um meio de vida; o outro, implícito pressuposto, é a imprescindibilidade da arte na vida dessas pessoas. Ainda em relação ao recorte (10), o desejo expresso em possuir “trabalho que me desse um pouco mais de estabilidade” está relacionado à sobrevivência. Contudo, buscar ocupações alternativas tem, em seu cerne, o desejo de possibilitar a continuidade da produção da arte, pela tranquilidade em não precisar pensar em como bancar os custos da prática artística. Em outras palavras, temos um implícito pressuposto que o objetivo do artista é não se relacionar com as formas de organização que trazem o discurso econômico e suas variantes para o cenário. Por outro lado, percebemos sua interação com tais aspectos para garantir sua existência.

Considerações finais

Este artigo teve como objetivo identificar práticas de aderência e de resistência desenvolvidas pelos artistas plásticos profissionais de Belo Horizonte. Para isso, considerou que, diante das características do mercado da arte e das peculiaridades apresentadas na capital mineira, os artistas plásticos abordados revelaram em seus discursos, além de suas preocupações e sua influência na construção de conceitos sobre a arte, as suas práticas. Essas práticas extrapolam os limites discursivos, sendo efetivamente utilizadas para se adequar e conformar a própria atuação nesse contexto. Durante as entrevistas foi possível observar práticas aderentes a questões relacionadas à comercialização das obras e à necessidade de sobrevivência dos artistas. De um lado, preocupações quanto à qualidade estética da obra de arte, que define o seu “valor” simbólico, que por sua vez embasa o seu preço no mercado das artes. De outro, questões sobre como não sucumbir a uma lógica econômica que a tudo converte em mercadoria, operando por meio de diversos agentes que operam no nível comercial propriamente dito (galeristas, curadores, *marchands*).

A partir de um referencial que evidencia a influência do discurso econômico nesse ambiente, bem como, por meio de acesso a dados sobre a vivência dos artistas responsáveis pela produção da arte na capital mineira, foi possível observar tensões que essas narrativas dominantes geram nas práticas desses sujeitos, revelando traços de adaptação e também de resistência à conformação à estrutura que se apresenta. Tendo em vista que a análise do discurso indicou a predominância de discursos econômicos, de gestão e de consumo, a organização da arte em uma rede de legitimação gerida pela ação dos intermediários identificados por Cauquelin (2005) coloca os artistas nas margens do sistema, levando-os a se adaptar às condições e mesmo a desenvolver alternativas de oposição à estrutura que os afasta das concepções puramente estéticas das suas obras. No que tange a esse espectro de ação dos artistas abordados, foi possível identificar quatro práticas desenvolvidas – precificar a obra de arte, ser fiel à galeria, constituir ações coletivas e sobreviver de forma alternativa – que refletem o seu posicionamento na dinâmica desse complexo mercado que vem ganhando cada vez mais relevância e ramificações de atuação. O artista constitui, nessa cadeia, o elo responsável por um equilíbrio entre a adaptação e a resistência, não permitindo à arte sucumbir totalmente aos ditos mercadológicos.

A adaptação é crucial para sobrevivência dos artistas. Entre as práticas observadas, uma figura como clara forma de resistência ao conformismo do sistema da arte, revelando uma potencial solução para o problema que a economia traz ao subjugar a vivência dos artistas. A agência desses sujeitos em relação ao sistema contribui para compreensão da relação e da influência dos discursos nas formas de organização e no comportamento profissional desses sujeitos, bem como na visualização de possibilidades para a transformação. A prática de precificar a obra de arte evidencia, além da consciência de que os artistas necessitam desenvolver noções de gestão, a compreensão de que os discursos configuram formas de organização ao converter artefatos em mercadorias ao mesmo tempo em que transformam exclusividade em valor, corroborando toda a narrativa elitista da arte que sustenta uma forma específica de exploração econômica.

Essa sustentação da cadeia produtiva é refletida na prática de ser fiel à galeria. Ao praticarem, os artistas validam a forma de configuração do sistema da arte e se sujeitam ao único canal de vendas por acreditarem que essa é sua melhor alternativa. Os discursos que legitimam essa dinâmica se apresentam de modo a beneficiar as instituições e não as pessoas que sobrevivem a partir de sua ação. Contra tal conformação, foi observada uma prática de resistência e tentativa de transformação presente na ação dos coletivos, uma potencial solução para o problema de submissão dos artistas. Por meio da colaboração de artistas em espaços alternativos, essa prática tem se mostrado como uma esperança para aqueles que pretendem transformar esse cenário na capital mineira. Por fim, a prática de sobrevivência alternativa carrega em si própria a ambiguidade que essa dinâmica representa. A naturalização acerca da necessidade de desenvolver outras atividades para sustentar a profissão de artista revela o quanto as práticas desses sujeitos estão em um constante processo de embate.

As principais contribuições do artigo se dão em três frentes: a) nas relações entre estética e economia; b) nas relações entre consumo da arte e formação do artista; e c) nas relações políticas da arte do campo econômicos. Em primeiro lugar, há uma inegável relação entre estética e economia. Confirmando outros estudos como os de Campbell (2018), Feldman (2018), Ramírez Jaramillo (2017), Carrillo Grandes (2016), Rubião e Machado (2016), Goetzmann, Renneboog e Spaenjers, C. (2011), Caust (2010), Mandel (2009), Lahaín (2008), Potts *et al.* (2008), Saraiva (2007), Wu (2006), Bayardo (2005), Robertson (2005), Heilbrun e Gray (2004), Lima (2004), Frey (1997), Gérard-Varet (1995), Santagata (1995), Throsby (1994), Lang e Lang (1988), há uma expressiva influência da economia sobre a arte. Isso se mostra de diferentes maneiras, mas queremos explorar um aspecto: a concepção da arte para consumo.

Se a razão de ser da arte é ser consumida já a partir dos conceitos que encerra, isso pode se refletir inclusive na própria formação dos artistas, que se veem em escolas de arte que prezam pela formação no rigor técnico requerido pela estética, mas que, a rigor, estará submetida ao mercado. Essa situação não é nova, se considerarmos que pelo menos desde o renascimento, os Mecenas cumpriam o papel de financiadores de artistas, definindo o que estavam interessados em que fosse produzido – uma vez que a posse de obras de arte de grande rigor técnico representava o seu poder (Lytle & Orgel, 1981; Wackernagel, 1981). O que parece ser novo, contudo, é o apelo *econômico acima do estético*, o que pode condenar todo o sistema da arte à ruína em breve. Daí decorre a segunda contribuição do texto: a formação dos artistas.

Em segundo lugar, condenar a arte para ser examinada estritamente sob a ótica do consumo pode fazer ruir toda uma estrutura historicamente estabelecida, esteticamente referenciada e tecnicamente legitimada em torno da forma pela qual artistas são formados. O ensino superior

das artes sempre esteve sujeito a tensões para além da estética propriamente dita, conforme Graw (2017), Sharp (2017), Hillesheim, Silva e Makowieky (2013), Resende (2005), Wedekin (2000). Uma obra de arte qualificada, assim, obedece a parâmetros técnicos do ponto de vista da estética, os quais são ensinados nas instâncias de formação de artistas. Todavia, o mercado nunca deixou de assombrar essas instituições, teimando não apenas em mostrar casos excepcionais de sucesso que burlaram o sistema, seja pela não formação superior, ou pelo vultuosas movimentações financeiras associadas a obras de artistas específicos, quanto por fazer dessas histórias exemplos de que seria desnecessária tamanha técnica em razão do sucesso comercial.

Isso de fato, pressiona de forma aguda as escolas superiores de arte em face de um contexto neoliberal que não apenas converte tudo em mercadoria, como profetizou Karl Marx, mas o faz de forma muitas vezes cínica e desproblematizada, convertendo automaticamente em ícones de sucesso quem vende por elevadas quantias a sua arte. Isso põe em xeque a necessidade de ensino técnico “clássico” (Hillesheim, Silva e Makowieky, 2013, Wedekin, 2000) e alheio a outros aspectos, como a condição de trabalho humano dos artistas (Graw, 2017), às tensões entre mercado e arte (Resende, 2005), o que se revela em uma lógica privatizante mesmo das instituições públicas de arte (Wu, 2006; Bayardo, 2005), o que demanda uma formação também política (Sharp, 2017) e de alguma forma voltada para compreender as dinâmicas do mercado, conforme discutido por Goulart (2016).

A terceira contribuição é problematizar as relações econômicas na cadeia da arte sob o ponto de vista político. Uma dominação nunca é de um tipo exclusivo: na verdade, há um aparato administrativo que dá suporte a uma forma de dominação, como Max Weber (1982). Não é casual, assim, que haja uma forma elitista nas práticas da arte: preocupar-se com a gestão dos recursos não faz parte do núcleo da formação dos artistas e é deixado a cargo de gestores profissionais, que, ao estruturarem práticas de gestão, controlam não apenas os recursos, como os critérios que definem o que é o adequado a ser produzido (e consumido), e sob que preço. Isso define uma posição periférica para os próprios sujeitos que produzem a arte, pois não lhes pertencem os canais pelos quais suas obras podem ser qualificadas, expostas e consumidas. A emergência de coletivos de artistas, ainda que seja eventualmente incipiente, desafia essa perspectiva ao por em pauta relações políticas para além do conteúdo da obra de arte propriamente dita. A paródia é uma crítica consistente a um sistema hierarquizador, e os coletivos constituem o meio pelo qual podem ser construídas outras formas de relacionamento com o mercado, sem intermediários.

O artigo contribui, por fim, no sentido de reafirmar o peso da influência discursiva que origina ações e reações da dinâmica desse complexo terreno. A perspectiva adotada, voltada para os artistas, tendo em vista toda a polifonia característica do ambiente pesquisado, evidencia a construção de práticas cada vez mais profissionalizadas do ponto de vista da gestão, pautado em um misto de adequação e de resistência presente no próprio discurso em relação à sua identidade diante do sistema. No âmbito dos Estudos Organizacionais, no que diz respeito à compreensão das práticas sócio-organizacionais, os dados constituem insumos para discussões qualificadas sobre a dinâmica agência-estrutura, reafirmando a importância da ação dos sujeitos. No que tange à dinâmica organizacional verificada em Belo Horizonte o caráter marginal assumido pelo artista na cadeia de legitimação da arte implica serem investigadas novas dinâmicas de influência, possibilidades promissoras de estudos futuros.

Referências

- Adorno, T. W. (2002). *Indústria cultural e sociedade* (5a ed). São Paulo: Paz e Terra.
- Bayardo, R. (2005). Museos: entre identidades cristalizadas y mercados transnacionales. *Anais do Museu Paulista*, 13(2), 257-274.
- Bendassolli, P. F. & Wood Jr., T. (2010). O paradoxo de Mozart: carreiras nas indústrias criativas. *Organizações & Sociedade*, 17(53), 259-277.
- Bendassolli, P. F., Wood Jr., T., Kirschbaum, C., & Cunha, M. P. (2009). Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades. *Revista de Administração de Empresas*, 49(1), 10-18.
- Bourdieu, P. (2015). *A economia das trocas simbólicas* (8a ed). São Paulo: Perspectiva.
- Campbell, R. A. J. (2018). Art as financial investment. *The Journal of Alternative Investments*, 10(4), 64-81.
- Carrieri, A. P., Saraiva, L. A. S., Pimentel, T. D., & Souza-Ricardo, P. A. G. (2009) (Orgs). *Análise de discurso em estudos organizacionais*. Curitiba: Juruá.
- Carrillo Grandes, J. X. (2016). Economía y artes: algunas notas críticas sobre sus relaciones. *Index, Revista de Arte Contemporáneo*, 2, 112-120.
- Cauquelin, A. (2005). *Arte contemporânea: uma introdução*. São Paulo: Martins Fontes.
- Caust, J. (2010). Does the art end when the management begins? The challenges of making “art” for both artists and arts managers. *Asia Pacific Journal of Arts & Cultural Management*, 7(2), 570-584.
- Fairclough, N. (2008). *Discurso e mudança social*. Brasília: UnB.
- Feldman, J. (2018). Arte contemporáneo, arteBA y el efecto de aura. *Index, Revista de Arte Contemporáneo*, 5, 162-168.
- Ferreira Neto, A. B., Freguglia, R. S., & Fajardo, B. A. G. (2012). Diferenciais salariais para o setor cultural e ocupações artísticas no Brasil. *Economia Aplicada*, 16(1), 49-76.
- Frey, B. (1997). Art markets and economics: introduction. *Journal of Cultural Economics*, 21, 165-173.
- Garcia, S. R. (2019). Vida sociopolítica em mercados culturais na cidade de Porto Alegre. *Sociedade e Estado*, 34(1), 23-47.
- Gérard-Varet, L.-A. (1995). On pricing the priceless: comments on the economics of the visual art market. *European Economic Review*, 39, 509-518.
- Glow, H. (2010). Taking a critical approach to arts management. *Asia Pacific Journal of Arts & Cultural Management*, 7(2), 585-594.

- Goetzmann, W. N., Renneboog, L., & Spaenjers, C. (2011). Art and money. *American Economic Review: Papers & Proceedings*, 101(3), 222-226.
- Goulart, P. E. S. (2016). *Artista como trabalhador do presente: a relação entre trabalho, educação superior e empreendedorismo*. Tese de doutorado, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG, Brasil.
- Graw, I. (2017). El valor de la mercancía artística: doce tesis sobre el trabajo humano, el deseo mimético y la vitalidad. *Arq*, 97, 130-145.
- Heilbrun, J. & Gray, C. M. (2004). (Eds). *The economics of art and culture* (2nd ed). Cambridge: Cambridge University Press.
- Hillesheim, G. B. D., Silva, M. C. R. F., & Makowieky, S. (2013). Ensino de arte: um olhar para os espelhos retrovisores. *Ars*, 11(21), 62-79.
- Lahaín, A. (2008). Reflexiones sobre la gestion del arte y la cultura. *Campos*, 9(2), 91-104.
- Lang, G. E. & Lang, K. (1988). Recognition and renown: the survival of artistic reputation. *American Journal of Sociology*, 94(1), 79-109.
- Lima, L. C. (2004). A autonomia da arte e o mercado. *Ars*, 2(3), 102-116.
- Lipovetsky, G. & Serroy, J. (2015). *A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Lytel, G. F. & Orgel, S. (1981). *Patronage in the Renaissance*. Princeton: Princeton University Press, 1981.
- Mandel, B. R. (2009). Art as an investment and conspicuous consumption good. *American Economic Review*, 99(4), 1653-1663.
- Moura, V. (2009). (Coord). *Arte em teoria: uma antologia de estética*. Ribeirão: Húmus, 2009.
- Potts, J., Cunningham, S., Hartley, J., & Omerod, P. (2008). Social network markets: a new definition of the creative industries. *Journal of Cultural Economics*, 32(3), 167-185.
- Poupart, J. (2012). A entrevista de tipo qualitativo: considerações epistemológicas, teóricas e metodológicas. In J. Poupart, J., Deslauriers, J.-P., Groulx, L.-H., Laperrrière, A., Mayer, R., & Pires, Á. *A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos metodológicos* (2a ed) (pp. 215-253). Petrópolis: Vozes.
- Ramírez Jaramillo, J. (2017). Paul Valéry: paradojas y desafíos del arte en el sistema económico moderno. *Areté: Revista de Filosofía*, XXIX(2), 385-406.
- Resende, J. (2005). Formação do artista no Brasil. *Ars*, 3(5), 22-28.
- Robertson, I. (2005). (Ed.). *Understanding international art markets and management*. London: Routledge.

- Rubião, R. M. & Machado, A. F. (2016). Challenges and particularities in an art market: a case study of a Brazilian municipality. *Proceedings of The art market in a global perspective: an international conference on the international art market*. Amsterdam, Netherlands, 1.
- Santaella, L. (2009). O pluralismo pós-utópico da arte. *Ars*, 7(14), 130-151.
- Santagata, W. (1995). Institutional anomalies in the contemporary art market. *Journal of Cultural Economics*, 19(2), 187-197.
- Saraiva, L. A. S. (2007). A cultura como fenômeno econômico e simbólico. In A. P. Carrieri & L. A. S. Saraiva. *Simbolismo organizacional no Brasil* (pp. 13-34). São Paulo: Atlas.
- Sharp, S. (2017). Art as power, convenience, aggressor and mediator. *Third Text*, 31(4), 581-599.
- Teixeira, L. (1996). *As cores do discurso: análise do discurso da crítica de arte*. Rio de Janeiro: UFF.
- Throsby, D. (1994). The production and consumption of the arts: a view of cultural economics. *Journal of Economic Literature*, 32(1), 1-29.
- Wedekin, L. M. (2000). *Ser artista: uma abordagem antropológica da produção erudita de arte contemporânea no Brasil*. Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, Brasil.
- Wackernagel, M. (1981). *The world of the florentine renaissance artist: projects and patrons, workshop and art market*. Princeton: Princeton University Press, 1981.
- Weber, M. (1982). Burocracia. In M. Weber. *Ensaio de sociologia* (pp. 229-277). Rio de Janeiro: Guanabara.
- Wu, C.-T. (2006). *Privatização da cultura: a intervenção corporativa nas artes desde os anos 80*. São Paulo: Boitempo.