

POLÍTICAS PÚBLICAS E MERCADO DAS ARTES VISUAIS: O PROGRAMA BRASIL ARTE CONTEMPORÂNEA E SEUS DESDOBRAMENTOS

Mariana Queiroz Fernandes¹

RESUMO: O Programa Brasil Arte Contemporânea (BAC) foi uma política pública implementada pelo Ministério da Cultura (MinC) em 2007 com o objetivo de estabelecer instrumentos para a internacionalização da arte contemporânea brasileira e, pontualmente em 2008, promover a participação de 32 galerias brasileiras na 27ª Feira Internacional de Arte Contemporânea de Madri, chamada Arco'08. Pretendo discutir como o MinC durante o governo do PT, autor de políticas públicas de clara e decidida opção por ações que contemplem os segmentos sociais desfavorecidos (as classes populares, as minorias étnicas etc.), se dispôs a patrocinar espaços comerciais que beneficiam quase exclusivamente, comerciantes de arte que servem clientelas economicamente ricas.

PALAVRAS-CHAVE: Políticas Públicas. Internacionalização. Mercado de Arte. Cultura.

INTRODUÇÃO

A Arco Madri

Simultaneamente ao Ano Ibero-Americano de Museus, o Brasil foi convidado para ser o país homenageado na 27ª Feira Internacional de Arte Contemporânea de Madrid, Arco'08. A feira aconteceu entre os dias 13 e 18 de fevereiro de 2008 e foram representadas, ao todo, 257 galerias de 34 países, sendo 32 galerias brasileiras². A feira foi organizada pela Instituição de Feiras de Madrid (Ifema), instituição ligada ao governo espanhol, responsável também por organizar feiras e salões relacionados a diversos setores da economia, de carros a calçados

O Ministério da Cultura propôs uma ação semelhante ao ano da França no Brasil, criando um grupo de trabalho com a missão de definir como seria a participação brasileira no evento. Em parceria com a Fundação Bienal de São Paulo (FBSP) e a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil), o MinC disponibilizou 2,6 milhões de reais para organizar um plano de ação onde foram custeados os gastos parciais dos *stands*

¹ Mestranda em Estudos Culturais pela Escola de Artes e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo (EACH/USP). E-mail: mariana.queiroz.fernandes@usp.br

² Esse é um número recorde de participação de galerias nacionais em uma feira de arte contemporânea internacional. Até então a maior quantidade de galerias brasileiras em uma feira foi em 2002, na Arco, onde participaram nove galerias (Fortes Vilaça, Luisa Strina, Casa Triângulo, Brito Cimino, Gabinete Raquel Arnud, Milan, Thomas Chon, Marília Razuk e Valu Oria). (Fialho, 2005, p. 327)

das galerias selecionadas, além das ações de comunicação, assessoria de imprensa e confecção de material promocional³.

Para seleção das galerias, foram convidados dois curadores: Moacir dos Anjos⁴ e Paulo Sérgio Duarte⁵. Paulo Sérgio Duarte contou à revista *Bravo!* como foi o critério de seleção da curadoria:

(...) em primeiro lugar, fizeram a seleção dos artistas de uma lista inicial que passava dos 200. Escolheram 102 nomes que ambos consideraram os mais representativos do panorama da arte contemporânea no Brasil, cobrindo todas as tendências e regiões. A partir dessa definição, buscaram as galerias que os representavam para vir à feira. (Mesquita, 2008).

Durante e após a feira, houve na imprensa divergências sobre o tipo de impacto que essa visibilidade poderia gerar na valorização da arte brasileira no mercado internacional. O ex-ministro Gilberto Gil, na abertura da Arco'08, quando perguntado sobre o ministério ter investido dinheiro em uma feira comercial, que, afinal, iria reverter lucro principalmente para as galerias, ele respondeu que "as feiras existem para aproximar a criação do mercado" e que é papel do MinC "fazer as mediações" entre a cultura e o eixo econômico (Molina, 2008).

Já a galerista Raquel Arnaud, que também recebeu incentivos do BAC para participar da Arco e da ArtBasel, em depoimento à revista *Istoé em 20* de fevereiro de 2008 declarou:

Não será mais uma homenagem que irá provocar o descobrimento do Brasil. A arte nacional já foi descoberta nos anos 1960. Waltercio Caldas foi convidado para o Pavilhão Itália da Bienal de Veneza, Iole de Freitas para a Documenta e Carmela Gross para o El Matadero, em Madri, todos por méritos próprios e não por delimitações geográficas. (Alzugaray, 2008)

No ano de 2009, sem os incentivos fiscais do MinC e com a crise financeira na Europa, o Brasil participou da Arco com 13 galerias⁶ e em 2011 apenas 6 galerias estiveram presentes⁷.

³ (Molina, 2008)

⁴ Moacir dos Anjos foi diretor geral do Museu de Arte Moderna Aloísio Magalhães (Mamam) de Recife, entre 2001 e 2006, e membro da equipe de coordenação curatorial do programa Itaú Cultural Artes Visuais, de 2001 a 2003. Em 2005, foi cocurador da Bienal do Mercosul, em Porto Alegre, junto com Paulo Sérgio Duarte e curador da bienal Panorama da Arte Brasileira, do Museu de Arte Moderna de São Paulo. É autor de *Local/Global: arte em trânsito* (2005). Desde 1989, atua como pesquisador da Fundação Joaquim Nabuco, em Recife, órgão vinculado ao Ministério da Educação brasileiro.

⁵ Crítico de arte e professor (EAV/Parque Lage e Universidade Cândido Mendes, Rio de Janeiro). Projetou e implantou o programa Espaço Arte Brasileira Contemporânea – Espaço ABC (Funarte, 1980-1982). Foi Diretor do Instituto Nacional de Artes Plásticas (Funarte, 1981-1983), Assessor-Chefe do RioArte (1983-1985) e primeiro diretor geral do Paço Imperial, de 1986 a 1990. Também trabalhou com Moacir dos Anjos como curador geral da 5ª Bienal do Mercosul (Porto Alegre, 2005).

O Programa Brasil Arte Contemporânea

As ações para participação do Brasil na Arco'08 integraram um programa maior, o Programa Brasil Arte Contemporânea (BAC), que foi oficializado em 2009 no Diário Oficial da União pelo então ministro da cultura Juca Ferreira (Brasil, 2009, p. 3). O projeto e suas parcerias, porém, havia se iniciado em dezembro de 2006, na gestão anterior do ministro Gilberto Gil. Dentro do BAC há o Programa Setorial Integrado de Promoção às Exportações da Arte Contemporânea Brasileira, que tem como um de seus objetivos a participação do país em feiras de arte internacionais. Dentre as diretrizes do programa para a internacionalização das artes visuais brasileiras estão: crescimento do volume de negócios; ampliação do conhecimento do cenário artístico brasileiro e aumento da visibilidade das galerias e dos artistas de todo o Brasil⁸.

Após o evento, o BAC passou a ser gerido e financiado pela ApexBrasil, que incorporou o programa ao projeto setorial de Economia Criativa⁹. A ApexBrasil é uma agência criada pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC) com o intuito de unir forças entre o empresariado de vários setores da economia brasileira para suprir a carência de cooperativismo e fortalecer – ou em alguns casos criar - associações para diversos setores da economia.

Com os recursos financeiros disponibilizados pela ApexBrasil, as associações conveniadas montam um projeto setorial bianual, composto por um calendário de atividades que visa promover o respectivo segmento no mercado internacional; no caso do BAC, o setor de galerias de arte contemporânea. A ApexBrasil criou um convênio com a FBSP (?Colocar o

⁶ Gioia, Mario: “Brasileiros veem feira da Arco 2009 como vitrine” reportagem do jornal Folha de São Paulo do dia 11/02/2009. Participaram da Arco'09 a Galeria Leme, Dan, Nara Roesler, Vermelho, Raquel Arnaud, Novembro e Gentil Carioca. Outras galerias tradicionais participantes da Arco, como as paulistanas Casa Triângulo e Baró Cruz, ficaram ausentes dessa edição.

⁷ <http://www.ifema.es/ferias/arco/default2.html> (última visualização 21/08/2012)

⁸ “Ampliar o volume de negócios gerados pela exportação de artes visuais brasileiras. Possibilitar a ampliação do conhecimento do cenário artístico brasileiro por parte dos colecionadores, críticos, curadores e formadores de opinião internacionais. Aumentar a visibilidade direta e indireta das galerias e dos artistas de todo o Brasil, como interesse e em condições de internacionalizar suas obras e seus artistas, apresentado em alguns mercados alvo a diversificada oferta do setor de artes plásticas brasileira.” Texto sobre o Programa Setorial Integrado de Promoção às Exportações da Arte Contemporânea Brasileira. (Fundação..., 2012).

⁹ “Projeto Setorial Integrado para Promoção das Artes Contemporâneas Brasileiras. Entidade parceira: Abact – Associação Brasileira de Arte Contemporânea. Objetivo: Ser o líder da América Latina em visibilidade e exportações de obras de arte contemporânea, ampliando nossa participação no mercado internacional com ações de impacto, principalmente nos países formadores de opinião. Público-alvo: galerias de arte brasileiras.” Disponível site da ApexBrasil <http://www2.apexbrasil.com.br/exportar-produtos-brasileiros/como-podemos-ajudar/promocao-de-negocios-e-imagem?acordeon=promocao-comercial> (Acesso em 05 maio 2013).

que significa, ou se o nome já foi citado antes, coloca na primeira vez que ele aparece a menção à esta sigla) para gerenciar o BAC durante as duas primeiras gestões bianuais (2007/2009 e 2009/2011), até que a Associação Brasileira da Arte Contemporânea (Abact) pudesse ser estruturada. O estímulo do Estado (representado pela ApexBrasil) para construção da Abact, fez com que as principais galerias do país, já familiarizadas com o mercado internacional, se propusessem a criar a associação, recebendo em troca financiamento do governo para participar de feiras internacionais. Por exemplo, em 2007 o BAC destinou 65 mil dólares para levar nove galerias nacionais às feiras no México (Zona Maco) e na Suíça (ArtBasel). Esse financiamento se perpetuou até 2012, estendendo-se para outras feiras, como a ArtBasel Miami e a Arco Madrid, mas restrito às oito galerias fundadoras¹⁰.

Com a mudança de gestão do programa, o BAC ganhou um novo nome: Projeto Latitude¹¹. Como contra partida pelo uso de dinheiro público para financiamento da ida de galerias para feiras internacionais, em 2011, a Abact e Apex-Brasil se comprometeram a não só dar continuidade ao programa - estimulando a internacionalização das galerias cadastradas através do financiamento de espaços expositivos em feiras internacionais, auxílio para as galerias nos tramites burocráticos das feiras, promoção de visita de colecionadores internacionais às galerias associadas - como também iniciou a construção de uma base de dados com informações sobre as galerias

Essa base de dados pode ser acessada apenas por alguns membros da Abact e da Apex-Brasil e é em parte disponibilizada no site do Projeto Latitude a fim de prover informações positivas que estimulem o crescimento do mercado nacional.

O mercado de artes visuais no Brasil

O mercado de artes visuais no Brasil, ao contrário de países como França e Estados Unidos, é recente e teve suas origens entre os anos de 1950 e 1960. Como coloca J. C. Durand (1990):

Até o início dos anos 60, as galerias de pintura em São Paulo não passavam de uma dezena, e seu movimento comercial era modesto. Seus donos eram na maioria estrangeiros que vendiam anonimamente quadros, antiguidades e

¹⁰ “Um impulso para participar desses eventos vem de parceria da ApexBrasil (Agência de Promoção de Exportações e Investimentos) com a Fundação Bienal para financiar até 30% dos custos de participação em feiras internacionais. São gastos que variam de US\$ 20 mil a US\$ 40 mil para cada galeria. O projeto ‘Brasil Arte Contemporânea’ é a primeira ação conjunta para o setor e já destinou até agora US\$ 65 mil para levar nove galerias nacionais a feiras no México e na Suíça - a galeria Nara Roesler foi a primeira a receber o benefício quando participou, em abril, da Maco (México Arte Contemporâneo), feira realizada na Cidade do México.” (Martí, 2007).

¹¹ Latitude - Platform for Brazilian Art Galleries Abroad. Disponível em: <http://www.latitudebrasil.org/> (Acesso em 07 jul 2013).

objetos de decoração, sem formação ou engajamento estético que lhes permitisse um trabalho culturalmente mais eficaz. Ou seja, não havia entre eles quem desempenhasse a função de *empresário*, para usar um termo valorizante que, na história do mercado de arte internacional, se reserva aos promotores de movimentos de vanguarda, como Durand-Ruel, Vollard ou Kahnweiler.

Vários fatores colaboraram para o estabelecimento do mercado brasileiro, entre eles: 1- o impedimento da importação de bens de luxo durante o período da I e II Guerras Mundiais, o que estimulou o surgimento de profissionais na área, bem como a vinda de imigrantes europeus, que trouxeram sua experiência do mercado europeu¹²; 2- o desenvolvimento da indústria e do comércio, que, por consequência, criou uma elite urbana que fundou os primeiros museus de arte moderna e as Bienais; 3- Uma forte elevação na escolarização secundária e superior de vários segmentos da burguesia que contribuiu para a formação de uma *cultura erudita*; 4- a consolidação dos ideais modernos acentuados pela construção de Brasília, que valorizava o “nacional” em oposição ao “estrangeiro” nos vários domínios da cultura.

No início dos anos 60, organizam-se os primeiros leilões de arte, e o mercado de arte primário começou a crescer regularmente. É, porém, no início dos anos 70 que ele sofre um verdadeiro *boom*, implantando-se em definitivo. Em um levantamento das galerias de arte de São Paulo, feito em 1977, constatou-se que num total de 46 estabelecimentos, 2 foram fundados nos anos de 1950, 10 nos anos de 1960 e os demais 34 nos anos de 1970 (Durand, 1990, p. 111). Além disso, 70% dos compradores de leilão haviam entrado no mercado entre 1971 e 1974 (Durand, 1989, p.197).

Até esse momento, o mercado de arte no Brasil era direcionado principalmente para o mercado interno e se consolidou usando a produção contemporânea como fachada, mas realizando-se comercialmente através da venda dos grandes nomes do modernismo brasileiro. Fundadas principalmente no eixo Rio-São Paulo, as galerias evoluíram em torno de uma arte local e de uma clientela também local. Sobre o assunto:

Há uma anedota contada por Luisa Strina a Michel Nurydsany que ilustra bem esse fato: nos anos de 1970, um *marchand* francês chegou ao Brasil com várias obras de Picasso, Chagalls, entre outras, tinha também um Portinari, comprado por 3 mil dólares. E o único quadro que ele chegou a vender, foi o Portinari por 100 mil dólares. Me parece que o *marchand*

¹² “Entre esses contingentes imigrantes, alguns já em segunda ou terceira geração, havia, em torno de 1960/70, muitos industriais e comerciantes de bens ligados ao gosto (móveis, tecidos, confecções, editoras e gráficas, construção civil etc.), assim como arquitetos, engenheiros e outros ramos de profissão liberal bem remunerada e com pretensões a um consumo distinto.” (Durand, 1990)

partiu e nunca mais voltou (Fialho, 2006, p.331, tradução nossa).

A partir dos anos 1990, as galerias de arte contemporânea começaram a investir mais intensamente na difusão internacional de seus artistas. Das galerias atuantes até 2012, e que hoje participaram de feiras internacionais, 3 foram fundadas durante a década de 1970, 4 na década 1980, 3 na década de 1990 e 8 na década de 2000.¹³ (Fialho, 2006, p. 327-36).

Primeiramente, é importante salientar que não há dados ou estatísticas oficiais referentes ao mercado de artes visuais no Brasil em termos de volume de vendas. O que temos são avaliações feitas pelos pesquisadores Fabio Sá Earp e George Kornis (2010)¹⁴ a partir de entrevistas com comerciantes, colecionadores e gestores de instituições de arte (2008-2010) e, mais recentemente (2011-2013), as pesquisas do Projeto Latitude, que englobam apenas as galerias associadas e não disponibilizam dados detalhados sobre volume de negócios.

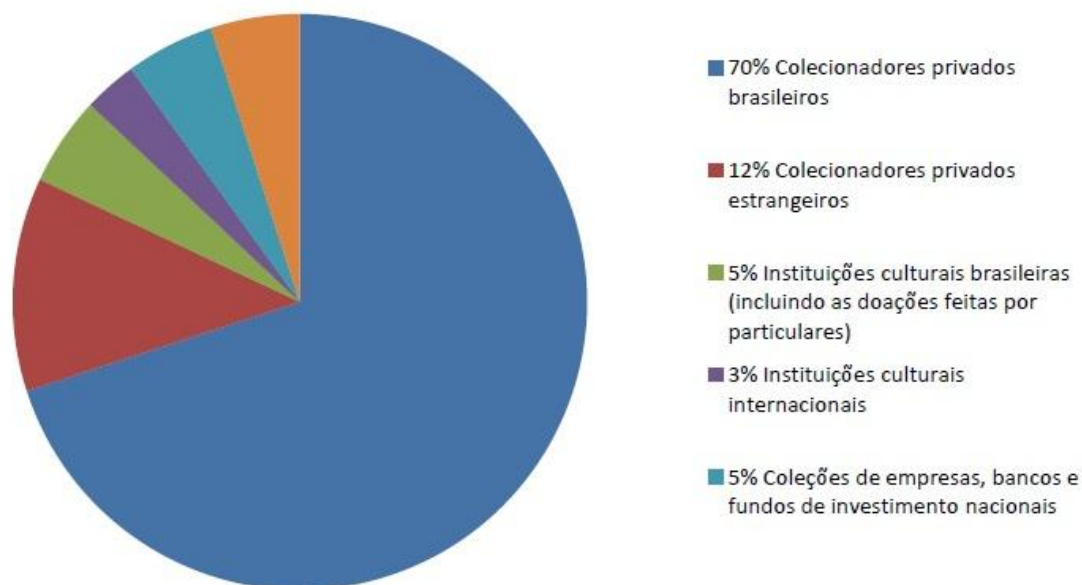
De acordo com a pesquisa realizada pelo Projeto Latitude, durante os anos 2000 foram criadas mais de 30% das galerias associadas à Abact¹⁵. Entre elas, o volume de negócios aumentou 43,5% e, entre 2011 e 2012, 65% das galerias apontaram para um aumento de cerca de 30% de seu volume de negócios. Além disso, 80% do volume de negócios são compras de colecionadores brasileiros (incluindo instituições e empresas) e desses, 70% do volume de negócios são compras de colecionadores privados (Fialho, 2013).

¹³ Década de 1970, Gabinete de Arte Raquel Arnaud (1973), Luisa Strina (1974), Dan Galeria (1972). Década de 1980, Thomas Cohn (1983- 2012) Galeria Millan (1986), Nara Roesler (1989), Casa Triângulo (1988). Década de 1990, Brito Cimino (1997), Fortes Vilaça (1992), Marília Razuk (1992). Após 2000, Baró Cruz (2001), Laura Marsiaj (2000), H.A.P. (2001), Leme (2004), Léo Bahia (2004), Theodor Lindner (2004), Vermelho (2002), Virgílio (2004). (Fialho, 2005, p.336-49).

¹⁴ Nesse texto os autores apresentam uma parte dos resultados de uma pesquisa realizada pelo Instituto de Economia da UFRJ por encomenda da Funarte e do Ministério da Cultura, realizada entre os anos 2008 e 2010. Os dados sobre o mercado brasileiro foram obtidos através de 67 entrevistas com importantes participantes do mercado de arte operantes no Brasil.

¹⁵ Hoje são ao todo 45 galerias inscritas no Projeto e 32 delas foram usadas para a atualização da pesquisa.

Porcentagem de vendas declaradas pelas galerias* entre 2011-2012



* (Fialho, 2013)

No entanto, a divulgação das pesquisas do Projeto Latitude deve ser vista com cautela, pois elas cumprem a função de promoção do crescimento do mercado de galerias. Por exemplo, no site do projeto há dados que apontam um crescimento de 350% do volume total das exportações das galerias entre 2007 e 2012 mas essa estatística não leva em consideração o aumento no número de galerias associadas (de 5 para 47 galerias). Sendo assim, alguns dados apresentados carecem de critérios comparativos e referências mais precisas.

A pesquisa de Sá-Earp e Kornis aponta outro ponto de vista em relação ao crescimento do mercado de arte brasileiro. Os autores especulam que as vendas de arte no Brasil (inclui o mercado primário e secundário¹⁶) se situem na faixa de 50 milhões a 100 milhões de dólares anuais (Sá-Earp & Kornis, 2010, p. 225). De acordo com Thompson (2008), o mercado mundial de obras de arte, medido pelo volume de vendas, é estimado por em cerca de 20 bilhões de dólares anuais. Destes, 9 bilhões são comprovadamente oriundos de leilões e os 11 bilhões restantes são uma estimativa do volume de operações com comerciantes e

¹⁶ O mercado primário de arte contemporânea contempla galerias e escritórios de arte que representam, mas não apenas, artistas em atividade. O mercado secundário inclui leilões e escritórios de arte que revendem obras compradas no mercado primário.

colecionadores. Nessa perspectiva, todo o comércio brasileiro de artes visuais representa um índice entre 0,25% e 0,50% do mercado mundial de arte¹⁷.

Essas informações nos permitem traçar algumas características sobre o mercado de arte brasileiro: podemos descrevê-lo como um mercado majoritariamente privado (89% do que é vendido vai para coleções privadas), nacional (80% compradores brasileiros) e ainda distante de alcançar relevância internacional.

Políticas Públicas

A presença governamental na cultura é uma questão controversa, fundada na desconfiança de que o governo poderia fatalmente tender ao “dirigismo cultural” ou à censura. No Brasil, foi durante os períodos de regime autoritário que tivemos maior desenvolvimento de políticas culturais. O primeiro, durante o Estado novo (1937-1945), caracterizado pela atuação do ministro da educação Gustavo Capanema e sua proteção aos intelectuais ligados ao modernismo. E, em um segundo momento, durante o apogeu e declínio do regime militar (1974-1980), período em que o regime político decidiu melhorar as relações com intelectuais e artistas, permitindo assim a ampliação de prêmios e financiamentos (Durand, 2013, p.70).

Com a redemocratização nos anos 1980, em meio a reformas políticas de orientações neoliberais para redução do tamanho do Estado, o setor cultural foi marcado pela implantação das leis de incentivo fiscais. Na gestão de Francisco Weffort no MinC, durante o governo Fernando Henrique Cardoso, a reforma da Lei Rouanet foi prioritária e o percentual de imposto passível de ser usado como incentivo fiscal aumentou de 2% para 5% e toda pessoa jurídica tornou-se apta a incentivar projetos culturais.

A partir de 2003, durante o governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, houve no MinC uma ampliação do orçamento e do quadro funcional com políticas culturais voltadas à ações socialmente mais inclusivas, muitas vezes ligas às culturas populares¹⁸, mas sem que as políticas de incentivos fosse descontinuada. Destarte, é destoante do conjunto geral das políticas culturais desse período a criação do BAC, que não possui nenhum incentivo direto

¹⁷ “Trata-se de uma participação ínfima, mesmo considerando o fato de que o Brasil tem participação de 1% no comércio internacional e de 2,7% no PIB mundial. Assim, se a nossa participação no comércio internacional, como um todo, já é reduzida em relação à economia do país, no caso específico das artes visuais, a atrofia é muitíssimo maior” (Sá-Earp & Kornis, 2010, p.225).

¹⁸ São exemplos de políticas culturais do período o Programa Cultura Viva, com os pontos de cultura e os editais voltados às populações de baixa renda, jovens em situação de vulnerabilidade social, comunidades indígenas, rurais e remanescentes de quilombos, agentes culturais, artistas e produtores, pesquisadores, acadêmicos e militantes sociais que desenvolvem ações de combate à exclusão social e cultural (Ministério da Cultura, 2009).

ao artista, como na lei Rouanet¹⁹ a Funarte (Fundação Nacional de Artes), nem à inclusão e acesso a cultura, como Programa Cultura Viva.

A iniciativa vinda do próprio governo para a implementação de uma política pública, cujo objetivo é beneficiar os empresários, nos revela primeiro a falta de mobilização existente em alguns setores da economia brasileira e, segundo, a manutenção das práticas “particularistas” (O’Donnell, 2010), que desfavorecem a governança democrática. A importância dada à internacionalização da arte e à ausência²⁰ de políticas públicas para as instituições deflagra um crescimento fragilizado que privilegia a saída de recursos financeiros do país e a construção de grandes coleções particulares de arte .

Podemos observar no BAC uma política pública, alinhada com os interesses de uma elite de empresários do setor da arte, que se justifica pela ampliação de um mercado cultural que não leva em consideração a demanda do público. Nem o Projeto Latitude, nem o MinC realizaram pesquisas que ajudassem a dimensionar e conhecer os públicos de algum modo beneficiados com esse gasto governamental, antes e nem mesmo depois que o programa foi implantado.

Em países como os Estados Unidos, onde há maior controle e participação popular sobre o orçamento do governo, o financiamento de todo e qualquer programa ou projeto cultural deve promover a melhoria do acesso e, portanto, a ampliação do público ou a modificação da composição social do público para estratos menos favorecidos.

As políticas públicas devem responder aos interesses de distintas classes sociais, econômicas, e atores políticos; seus processos de implementação devem ser transparentes, e os seus resultados devem garantir e / ou estender os direitos dos cidadãos. Deve-se investir em políticas públicas que, não só colaborem com o crescimento da economia, mas que também ofereçam soluções democráticas eficazes para problemas coletivos, melhorando a prestação de contas, transparência e os valores democráticos.

Se é papel do Estado "fazer as mediações" entre a cultura e o eixo econômico, como afirmou o ex-ministro Gilberto Gil, é importante que essa mediação beneficie prioritariamente os atores que se encontram fragilizados, para que exista um equilíbrio de forças entre

¹⁹ A Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei nº 8.313 de 23 de dezembro de 1991), conhecida também por Lei Rouanet, surgiu para incentivar a filantropia no país.

²⁰ Em contraponto, de acordo com pesquisa realizada pelo MinC em 2010, apenas 5 das 80 principais instituições de artes visuais do país tem uma política de aquisição. “Entre os equipamentos que indicaram ter uma política de aquisições bem estruturada – ou seja, baseada em critérios técnicos como lacunas do acervo e identidade da instituição, em vez de apenas depender das preferências da diretoria ou do conselho consultivo – estão a Pinacoteca do Estado de São Paulo, a Associação Cultural Videobrasil, o Instituto Itaú Cultural, a Fundação Joaquim Nabuco, o MAM/Bahia, o Museu da Imagem e do Som e a Casa das Onze Janelas.” (Fialho & Goldstein, 2012, p. 261).

instituição, mercado e artista, e para que o sistema da arte no Brasil possa se consolidar. Como colocou Frederico Barbosa, “O comércio e intercâmbios, embora realizados nos mercados e por agentes culturais autônomos, deveriam, por princípio e também por necessidade política, se submeterem à lógica do bem público e dos processos democráticos da concentração e de *accountability*.” (2013, p. 111).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALZUGARAY, Paula. “O Brasil no mapa das artes”. *Revista ISTOÉ independente*, São Paulo, 20 fev. 2008. Disponível em: <http://www.istoe.com.br/reportagens/detalhePrint.htm?idReportagem=1101&txPrint=completo>. Acesso em: 29 jul. 2012.

BARBOSA, Frederico. “Economia criativa: políticas públicas em construção”. In: Ministério da Cultura, Plano da Secretaria da Economia Criativa: Políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014, Brasília: Ministério da Cultura: 107-111, 2012.

BOURDIEU, Pierre. “O mercado de bens simbólicos”. In: MICELI, Sergio (Org.). *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 1982.

_____. Ministério da Cultura. Diário Oficial Da União, Seção 1, Nº 166, segunda-feira, 31 de agosto de 2009: 3. Gabinete Do Ministro portaria nº 61, de 28 de agosto de 2009 Cria o Programa Brasil Arte Contemporânea, com o objetivo de estabelecer instrumentos para a internacionalização da arte contemporânea brasileira. Disponível em: <http://goo.gl/J7Na5>. Acesso em 14 set. 2012.

BRASIL. Ministério da Cultura. Diário Oficial Da União, Seção 1, Nº 166, segunda-feira, 31 de agosto de 2009: 3. Gabinete Do Ministro portaria nº 61, de 28 de agosto de 2009 Cria o Programa Brasil Arte Contemporânea, com o objetivo de estabelecer instrumentos para a internacionalização da arte contemporânea brasileira. Disponível em: <http://goo.gl/J7Na5>. Acesso em 14 set. 2012.

BUENO, Maria Lucia. “O mercado de galerias e o comércio de arte moderna”: São Paulo e Rio de Janeiro nos anos 1950-1960. *Revista Estado e Sociedade*, Brasília, v.21, p.377, 2005.

_____. “Do moderno ao contemporâneo: uma perspectiva sociológica da modernidade nas artes plásticas”. *Revista de Ciências Sociais da Universidade Federal do Ceará (UFC)*, Fortaleza, v.41, n.1, p.27-47, 2010.

CANDIDO, Antônio. *Formação da literatura brasileira: momentos decisivos*. Belo Horizonte: Itatiaia, 1993.

CYPRIANO, Fabio. “Programação paralela supera Arco”. *Folha de S. Paulo*, 21 fev 2008. Disponível em: http://www.forumpermanente.org/event_pres/exposicoes/arte-contemporaneo-arco/noticias/noticias-arco-2008 Acesso em 15 ago. 2012.

DURAND, José Carlos Garcia. “Expansão do mercado de arte em São Paulo, 1960-1980”. In: MICELI, Sergio (Org.). *Estado e cultura no Brasil*. São Paulo: Difel, 1984.

_____. Mercado de Arte e Mecenato: Brasil, Europa, Estados Unidos. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, São Paulo, vol.1, n.2, p.55-67, out. 1986.

_____. *Arte Privilégio de Distinção*. São Paulo: Perspectiva, 1989.

_____. Mercado de arte e campo artístico em São Paulo, 1947-1980. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, São Paulo, v.13, n.13, p.101-11, 1990.

_____. *Política cultural e economia da cultura*. Cotia, SP: Ateliê Editorial; São Paulo: Edições Sesc SP, 2013.

FIALHO, Ana Letícia Nascimento. *L’insertion internationale de l’art brésilien. Une analyse de la présence et de la visibilité de l’art brésilien dans les institutions et dans le marché*. Tese (Doutorado) – L’École des hautes études en sciences sociales. Paris, França. 2006.

_____; GOLDSTEIN, Ilana Seltzer. Economia das exposições de arte contemporânea no Brasil: notas de uma pesquisa. In *Políticas culturais : pesquisa e formação*. In: CALABRE, Lia (org.). São Paulo : Itaú Cultural ; Rio de Janeiro:Fundação Casa de Rui Barbosa, 2012.

_____. “Mercado de Arte: percepção e fatos do Brasil, Ásia e Europa”. Registro da mesa redonda promovida pela *Escola São Paulo*, São Paulo em 04 abril 2013. Disponível em: <http://vimeo.com/69276952> Acesso em 07 jul 2013.

FUNDAÇÃO BIENAL DE SÃO PAULO. Programa setorial integrado de promoção às exportações da arte contemporânea brasileira. Disponível em: http://www.cultura.gov.br/brasil_arte_contemporanea/wp-content/uploads/2008/01/programa_setorial_integrado.pdf. Acesso em: 29 jul. 2012.

GIOIA, Mario. “Brasileiros veem feira da Arco 2009 como vitrine”. *Folha de S. Paulo*, 11 fev. 2009.

MAINWARING, et al. Measuring Success in Democratic Governance. In: MAINWARING, S., and SCULLY, T., (eds.) *Democratic Governance in Latin America*. Stanford, CA: Stanford University Press, 2010.

MARTÍ, Silas. “Galerias de arte miram o mercado internacional”. *Folha de S. Paulo*, 19 ago. 2007. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/negocios/cn1908200701.htm>. Acesso em: 15 ago. 2012.

MESQUITA, Rodrigo. (2008), “O Brasil será a próxima China?”. *Revista Bravo! Online*, São Paulo, 14 fev. 2008. Disponível em: http://www.cultura.gov.br/brasil_arte_contemporanea/?p=444. Acesso em: 15 ago. 2012.

MINISTÉRIO DA CULTURA. Economia criativa: políticas públicas em construção. Plano da Secretaria da Economia Criativa: Políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014, Brasília: Ministério da Cultura, p.107-111, 2012.

_____. Cultura Viva: Objetivos e público. Site do Ministério da Cultura de 28 de fevereiro de 2009. Disponível em <http://www2.cultura.gov.br/culturaviva/cultura-viva/objetivos-e-publico/> acesso em 06 jul. 2013.

MOLINA, Camila. “Com Brasil como convidado, MinC investe R\$ 2,6 mi em programação de arte nacional na capital espanhola”. *O Estado de S. Paulo*, 13 fev. 2008. Disponível em: <http://www.estadao.com.br/noticias/arteelazer,comeca-a-arco-feira-de-arte-contemporanea-de-madri,124193,0.htm>. Acesso em: 15 ago. 2012.

O’DONNELL, Guillermo. “The Multiple Faces of the State and its Underlying Unity”. *Democracy, agency, and the state : theory with comparative intent*. Oxford, UK: Oxford University Press, 2010.

SÁ-EARP, Fabio; KORNIS, George. *Estudo da cadeia produtiva das artes visuais – Relatório final consolidado*. Rio de Janeiro: IE/UFRJ, 2010.

THOMPSON, Don. *The \$ 12 million dollars stuffed shark*. The curious economics of contemporary art. London and New York: Palgrave Macmillan, 2008.

TRIGO, Luciano. “Reflexões sobre a Arco 2008”. *Portal de notícias G1*. 25 de fevereiro de 2008. Disponível em: <http://g1.globo.com/platb/maquinadeescrever/2008/02/25/reflexoes-sobre-a-arco-2008/> Acesso em: 12 mar. 2013.