

O MERCADO DE ARTES VISUAIS EM CURITIBA

Adriana Vaz*

RESUMO: O presente estudo divide as galerias de arte de Curitiba em três grupos: vanguarda, intermediária e comercial. Na maioria das galerias analisadas em 2004, os artistas são “pintores de gêneros” e são esses que conseguem viver profissionalmente da arte, ou seja, escolhem e se aperfeiçoam sempre no mesmo tema. Podemos dizer que, na produção de vanguarda, a linguagem plástica se dissociou do social, mas esse avanço não foi acompanhado pelo grande público; se isso é verdade para a produção, o mesmo não acontece com o/a profissional, que não dissociou do social, isso porque o/a artista depende das relações sociais para produzir a sua obra tanto materialmente quanto simbolicamente, isto é, esses profissionais, além de serem artistas plásticos, atuam em outras áreas. Considerando esse aspecto profissional, independentemente da formação, precisam desenvolver outras atividades que possibilitem uma remuneração.

PALAVRAS-CHAVE: sociologia da arte, transmissão e recepção, público

THE VISUAL ARTS MARKET IN CURITIBA

ABSTRACT: *The present study divides Curitiba's art galleries into three groups: vanguard, intermediate and commercial. In most of the galleries analyzed in 2004, the artists are "genre painters", and these are the ones who can survive professionally from art, while they chose and improve themselves in the same theme. One can say that in the vanguard production, the plastic language has dissociated itself from society, but this advance was not followed by the great public; if that is true for the production the same does not apply to the professional, who has not dissociated himself/herself from the social. This happens because the artist depends on the social relations to produce his work both materially and symbolically, which means that these professionals work in other areas, in addition to being plastic artists. Considering this professional aspect, whatever their background is, the plastic artists need to pursue other activities that grant them an income.*

KEY-WORDS: *sociology of art, transmission and reception, public*

INTRODUÇÃO

A constituição do campo artístico a partir do final do século XIX e início do século XX rompem com os modelos anteriores, seja na produção plástica, seja na relação do artista com os espaços de consagração e legitimação da arte. No século XVII, os mecenas eram ao mesmo tempo o patrocinador e o consumidor da arte. Para o artista, essa relação acarretava proteção financeira e prestígio social, pois as exposições de arte nesse período era a pior opção para o artista – utilizada por aqueles que não possuíam *status*, por não estarem protegidos pelos

* Professora de Artes Visuais do Curso de Arte-Educação da UNICENTRO e doutoranda em Sociologia pela UFPR.

mecenas. Na arte barroca, a segurança para o artista era trabalhar para os mecenas que, nesse período, desempenhavam a função que os críticos de arte exercem na atualidade. Tanto os mecenas no período anterior como os críticos de arte de hoje garantiam e garantem ao artista desfrutar de uma rede de relações extra-artísticas que permitem estabilidade profissional e validam a entrada no meio artístico através das exposições de arte, que – diferentemente do século XVII – são essenciais para a valorização do artista. Somente no século XVIII é que iria ser ressuscitado o culto do “gênio” (HASKELL, 1997, p.17-19). A genialidade desse período e o isolamento do artista em seu ateliê, de acordo Nestor Canclini (1986, p.99), impõem ao artista um novo tipo de dependência: o mercado de pintura, e, segundo Pierre Bourdieu (2002, p.278), dão origem ao campo artístico.

A constituição do campo artístico retira o poder que no século XVIII era conferido à Academia de Belas Artes, que atuava como detentora do monopólio artístico criando suas próprias regras e condutas, legitimando o mercado de bens simbólicos: na oposição entre arte e dinheiro. A partir do Impressionismo e do advento da fotografia o campo da arte e os diversos agentes que legitimam essas novas regras estabelecem princípios de classificação para os bens simbólicos que, como consequência, depende da relação que o artista estabelece com o mercado de pintura.

É na distinção entre os produtores no campo da arte que o artigo se fundamenta e permite compreender como Curitiba constitui o seu campo artístico, focalizando a produção plástica existente nas galerias de arte¹. As galerias refletem a polarização – vanguarda e comercial – mas, será que a arte acadêmica é a que prevalece, hoje, no gosto do consumidor que frequenta as galerias de arte em Curitiba? Numa hipótese contrária, será que a arte moderna e suas experiências de vanguarda foram assimiladas pelo consumidor das galerias de arte, ou apenas são compreendidas pelos olhares treinados e educados, como diria Ernest Gombrich (1995, p.36), ou mesmo Bourdieu (1994, p.87) quando discute a disposição estética?

CONSAGRAÇÃO SIMBÓLICA E COMERCIAL

Empiricamente o recorte metodológico abrangeu somente os artistas vivos residentes em Curitiba cujas obras estavam expostas nas galerias no mês e dia indicado. O critério de seleção das galerias foi feito com base na atividade comercial; logo, não foram considerados os espaços que desenvolviam outras atividades – com exceção da Galeria Solar do Rosário –, e nem os espaços que realizavam exposições como eventos culturais ou galerias com obras exclusivas de artistas. A amostra das galerias de arte foi realizada com base em três fontes distintas: o Setor de Pesquisa e Documentação do Museu de Arte Contemporânea do Paraná (MAC-PR), o Setor de Turismo da Fundação Cultural de Curitiba (FCC) e a Lista Telefônica Editel.

De acordo com a pesquisa de campo realizada em Curitiba (VAZ, 2004, p.56), em março de 2004, dividiu-se o campo das galerias em três grupos: vanguarda (Casa da Imagem e Ybakatu Espaço de Arte), intermediária (Acaiaca, Fraletti Rubbo, Manolo Saez, Noris Espaço de Arte, Simões de Assis Galerias de Arte, Solar do Rosário) e comercial (Antichità, Galeria de Arte do século XX, Galeria de Arte Um Lugar ao Sol, Nini Barontini, Schneider); classificação feita com base no autor Bourdieu (1996, p. 162-199), que estudou o mercado de

¹ Tabelas com a classificação das galerias existentes, quantidade de artistas correspondentes e quantidade de obras por artistas. In: (VAZ, 2004, p. 81, 194-197, 201-202).

bens simbólicos. Para compreender o perfil do mercado das galerias de arte em Curitiba, analisamos: o perfil do mercado das galerias de arte; os canais de consagração e legitimação tanto simbólica quanto comercial; o sistema de ensino e os diversos agentes que atuam no campo erudito da arte; por último, a dependência do campo da arte em relação aos outros centros culturais, bem como, a dependência do campo artístico em comparação aos outros campos de atuação.

Tendo como critério de análise os itens acima, constatamos que hoje o mercado das galerias de arte em Curitiba segue as regras discutidas no livro *Manual do Mercado de Arte*, em que se sobressai o padrão acadêmico, já superado pelo aparecimento da arte moderna e contemporânea. Para os agentes que compõem o campo erudito da arte em Curitiba² essa constatação é vista de maneira pejorativa, porém sociologicamente mostra que a arte de vanguarda ainda não faz parte do imaginário do grande público.

No que se refere às galerias de arte, a maioria da produção plástica vinculada a elas se enquadra no grupo intermediário e comercial, em comparação a um número menor de profissionais que estão vinculados às galerias de vanguarda (VAZ, 2004, p. 81). Este dado nos permite afirmar que o mercado de trabalho profissional para o artista plástico, que deseja se sustentar apenas com a produção plástica, se caracteriza por uma obra acadêmica e impressionista. Este estilo é oposto às produções veiculadas nas exposições de vanguarda promovidas em Curitiba. Isso nos remete às questões discutidas por Bourdieu (1996, p.162) quando este trata da relação entre a produção de vanguarda e a produção comercial, ou seja, a ortodoxia e a heterodoxia no campo da arte.

Na contemporaneidade da arte temos dois mercados: o comercial e o simbólico. No mercado simbólico, hoje, os críticos ou os curadores representam os mecenas do século XVII, que diferente dos mecenas não garantem proteção financeira em curto prazo, como diria Bourdieu (1996, p.135). E, no mercado de galerias de arte, representa o *marchand*, que dependendo da posição da galeria poderá trazer retorno financeiro e/ou simbólico. As relações de poder entre os diversos agentes que atuam no campo da arte e a luta por melhores posições é o que mantém o campo em funcionamento. As galerias de arte fazem parte dessa disputa bem como o poder conferido aos *marchands* e galeristas, agentes³ (BOURDIEU, 2002, p.25) com poder de nomeação e consagração dentro do campo erudito da arte.

O consumo simbólico é apreciado pela classe artística nos diferentes eventos de consagração e validação da arte, dentre eles mencionamos o Salão Paranaense e as exposições promovidas pela Fundação Cultural de Curitiba (FCC) e pela Secretaria de Estado da Cultura do Paraná (SEEC)⁴, e também pelas galerias de vanguarda. O consumo comercial representa o padrão vinculado nas galerias comerciais e intermediárias, atende o gosto do grande público ou dos decoradores, tendo como padrão de classificação o Catálogo e Dicionário Julio Louzada. O que difere, a priori, do período anterior é que tanto o crítico quanto o *marchand* desempenham apenas a função de intermediários para o público: seja no consumo simbólico ou comercial.

Diferente das publicações editadas pelo campo erudito da arte, o Dicionário e Catálogo Julio Louzada, bem como o *Manual do Mercado da Arte*, livro também editado pela Julio Louzada Publicações, são referências que tratam diretamente do mercado de arte e, portanto, não são consideradas “boas leituras” pelos críticos e teóricos que tratam sobre a arte

² Dentre eles: Adalice Araújo, Ennio Marques Ferreira, Fernando Velloso, Domicio Pedroso. In: (VAZ, 2004, p.132, 137-139, 158).

³ Ver também: (CANCLINI, 1986, p.46) e (PINHO, 1988, p.24).

⁴ Para pesquisa foram classificados os artistas que participaram das exposições: do Acervo da Fundação Cultural de Curitiba: Coleção 2000, da Síntese do Paraná: Arte Atual e do Faxinal das Artes, ambas realizadas em 2002. In: (VAZ, 2004, p. 81, 87-92, 204-208).

paranaense e nem mesmo pelos autores que seguem a corrente formalista na análise da obra de arte. Isso porque o Dicionário faz parte de publicações sobre o mercado de arte e discute a arte como mercadoria e não como pura contemplação que, por sua vez, define regras particulares e opostas tanto às publicações escritas por agentes que compõem o campo erudito da arte quanto pela conduta ensinada no sistema de ensino superior de artes visuais⁵, em Curitiba.

De acordo com as publicações editadas por Julio Louzada⁶, o artista para ter sucesso no mercado de arte deve: primeiro, ter domínio do desenho realista e exercer uma profissão paralela, fato que se comprova pela análise dos currículos dos artistas das diferentes gerações, mas que não é mencionado pelo grupo de vanguarda; segundo, o artista não deve perder a comunicação com o grande público; sendo assim, deve escolher um nome artístico adequado que o público alie à pintura, o que significa ter um estilo próprio.

Porém, algumas regras do grupo de vanguarda servem para o grupo comercial: participar dos canais de legitimação oferecidos pelo sistema da arte, o que proporciona a circulação e valorização da sua obra; consultar os serviços de um *marchand* e não comercializar a obra diretamente no seu ateliê; a idéia que se perpetua em ambos os grupos de que o talento do artista é congênito e que a formação em artes não é primordial – embora para o campo erudito esse fato não seja revelado abertamente como para o mercado de arte –; por último, a idéia que mercado e a arte são coisas distantes e antagônicas: “*arte é criação; é o novo; é uma projeção para o futuro; é movimento; é dinâmica. Já mercado de arte é a análise do que foi criado, mesmo que há pouco tempo; é o velho; é um mergulho no passado; é estático*” (SANTOS, 1999, p.73).

O conceito de Arte, mencionado por João Carlos Lopes dos Santos pode ser comparado ao conceito de vanguarda definido por Fredericck Karl (1998, p.12), pois a vanguarda projeta o futuro e não pode ser definida como um movimento artístico estanque.

Na produção de vanguarda percebemos com maior clareza as trocas simbólicas (BOURDIEU, 2001, p.234-246) e o investimento contínuo nas instituições de arte. Lugar onde as trajetórias individuais dos artistas se constituem por uma ação coletiva, por exemplo, nas trocas entre os próprios artistas, bem como nas participações em salões de arte e outros eventos culturais. Ou seja, para que uma nova linguagem seja instituída é necessário um trabalho conjunto de diversos agentes dentro do espaço social⁷, não apenas da produção individual do artista.

Em função tanto das posições ocupadas pelo artista no espaço social (BOURDIEU, 2001, p.223), quanto da produção vinculada às galerias de arte, modifica-se ou não – dependendo da conservação do capital simbólico (BOURDIEU, 1990, p.163) – as posições que cada artista ocupa ou ocupou no espaço social em relação às várias instituições que compõem o sistema das artes, ocasionando ao artista maior dependência em relação aos diversos agentes e instituições que atuam na arte, relação que condiciona e possibilita que a produção do artista ganhe visibilidade, seja no aspecto simbólico – pelo Salão –, seja no aspecto comercial – pela publicação em catálogos comerciais –, ou ainda pelo vínculo com a

⁵ Foram analisados os cursos de Bacharelado e Licenciatura em Artes das seguintes instituições: a Escola de Música e Belas Artes do Paraná (EMBAP), a Faculdade de Artes do Paraná (FAP) e a Universidade Federal do Paraná (UFPR). In: (VAZ, 2004, p. 105-116).

⁶ Ver: (SANTOS, 1999, p. 15-16, 26, 38, 45, 69, 71).

⁷ O espaço social é o lugar, relativamente estável, da coexistência dos pontos de vista, no duplo sentido de posições na estrutura da distribuição do capital (econômico, informacional, social) e dos poderes correspondentes, mas também de *reações práticas* a esse espaço ou de representações desse espaço, produzidas a partir desses pontos por meio dos *habitus* estruturados, e duplamente informados, quer pela estrutura do espaço, quer pela estrutura dos esquemas de percepção que lhe são aplicados (BOURDIEU, 2001, p.223).

própria galeria. Essa valorização dos diversos agentes dentro do campo resulta no próprio desenvolvimento do mercado, que por sua vez aumenta a procura da arte como investimento, o que possibilita a atuação dos *marchands*, vinculados às galerias de arte, e define a posição de cada grupo.

Em Curitiba, caso a opção do artista seja se manter na posição de vanguarda e não na posição comercial, suas práticas são diferentes, ou seja, outras atividades profissionais tornam-se uma necessidade e uma regra, tanto pela necessidade financeira quanto pelas trocas simbólicas estabelecidas dentro do espaço social. Dependendo de qual seja a atuação e posição ocupada nas outras áreas relacionada às artes, o artista permanece ativo e agrega valor simbólico à sua produção. Esta passa a ser valorizada não pela obra em si, mas pela posição ocupada dentro do espaço social e das relações extra-artísticas que são estabelecidas. Tais relações, mesmo quando evidentes são negligenciadas, o que comprova a regra da arte⁸, mencionada por Bourdieu, já que o artista moderno nega tanto o mercado quanto às relações sociais.

Mesmo sabendo que o seu reconhecimento e o valor plástico da sua obra depende dessas atividades paralelas, que o insere nos vários espaços que compõem o sistema da arte, para o artista e para os diversos agentes que atuam na esfera da arte continua a proliferar o mito do gênio criador. Esse mito é aceito principalmente pelo público não iniciado, que se julga incapaz de produzir uma obra, pois não possui dom para esse feito e, também, pelo próprio meio artístico que escolhe os artistas e os elegem, transformando-os em mitos.

É possível perceber que o reconhecimento do artista e da sua produção não acontece pela vontade exclusiva do artista ou, principalmente, pela sua capacidade criadora, mesmo que essa seja a primeira impressão. Para quem participa desse universo artístico logo se percebe que a regra é outra: que a obra não é o único critério para que o artista consiga veicular sua produção e ser aceito oficialmente. No entanto, para quem o aprecia de fora, é fácil acreditar que a obra seja suficiente.

Constatamos que o acesso do artista ao mercado de bens simbólicos não depende da formação superior em artes. Ou seja, o artista para ser reconhecido precisa ser aprovado pelas inúmeras instâncias de legitimação que compõem o sistema das artes. Sem participar dessas instâncias, o artista é considerado marginal pelo sistema e não é oficializado pelo mesmo.

Portanto, para ser considerado artista, ele deve ser aceito oficialmente, seja pela participação em Salões de arte, seja pela realização de exposições individuais em espaços oficiais, seja pela participação em Bienais de arte ou pela edição de catálogos e livros que falem sobre a sua produção. Assim, o artista precisa participar do sistema da arte, que independe da sua formação e reforça a importância dos agentes culturais: o que define esse reconhecimento são os espaços nos quais o artista participa ou participou, já que a mudança de posição também modifica o valor atribuído à obra e ao artista.

A OBRA, O ARTISTA E O PÚBLICO: PRÁTICAS E POSIÇÕES

Diante dessa necessidade do artista em estabelecer vínculos sociais, é possível responder, tomando a realidade de Curitiba, quais os tipos de artistas, a que grupos pertencem, quais os caminhos possíveis para o profissional que trabalha com a produção plástica, qual é a

⁸ A denominação “regras” não se refere às questões formais de composição da obra, como: figura e fundo, simetria, verticalidade, mas sim, ao livro “As regras da arte”, de Pierre Bourdieu.

representação dos artistas plásticos e suas possibilidades de sustentação financeira e como entender Bourdieu quando ele menciona que a arte se desenvolve fora do social?

Inicialmente é preciso considerar três aspectos, a obra, o artista e o público. Tanto a obra quanto o artista se modificam a partir do Impressionismo, pois a arte moderna e contemporânea para o campo erudito passou a se preocupar com o processo de criação do artista. Nesse sentido, a obra produzida a partir do Impressionismo (ARGAN, 2002, p.75) se desvincula da representação fiel da realidade e da cópia do desenho perfeito.

Em função dessa mudança, a compreensão por parte do público também se modifica: de um lado, tem-se o de olhar treinado; de outro, o público com o olhar de principiante, como menciona Gombrich (1995, p.15-36) ao referir-se à arte moderna. O autor justifica sua posição quando ressalta a importância em assimilar novos padrões e não ficar preso aos cânones do passado. Fica implícito que está se falando de duas artes e dois públicos: a arte do passado, nos moldes renascentistas, que engloba um público principiante, não iniciado na fruição estética, e a arte moderna, com seus desdobramentos, que engloba um público treinado, já iniciado e que conhece os códigos da arte e suas peculiaridades, ou seja, formado pelos diversos membros que compõem o mundo da arte. A diferença de um público para outro está associada ao advento da arte moderna. A separação feita por Gombrich, também é mencionada por Bourdieu, embora suas leituras sejam distintas, quando se referem às transformações no campo artístico, ocorridas a partir do Impressionismo. Concordamos com essa afirmação quando se refere à arte moderna associada ao público não iniciado. Portanto, essa afirmação deve ser considerada sempre tendo em mente o tipo de obra produzida.

O foco principal no campo das artes plásticas, na maioria das vezes, não é discutir a abrangência social da produção (CANCLINI, 1979, p.34) nem mesmo os vínculos sociais que se estabelecem para produzir esta obra, mas, mesmo que o foco de interesse não seja esse, o artista está inserido socialmente em várias atividades profissionais relacionadas à arte e não apenas à criação. Sendo assim, para responder a pergunta inicial – se a arte se desvinculou do social – é preciso, num segundo momento, analisar o artista e a obra produzida dentro dessas duas artes e diante desses dois públicos.

Volta-se a considerar que para o campo artístico essa dicotomia didática utilizada não é coerente, pois existe uma única arte cada qual com características particulares e cânones específicos em função de cada período da história da arte. Porém, faz-se essa dicotomia para explicar de que maneira a produção se desvinculou do social, produção que por sua vez classifica o artista. Ou seja, teremos de um lado, o artista que irá se adequar ao público iniciante, portanto, esta sua arte, do ponto de vista do campo erudito, não é considerada arte. De outro lado, há artistas que irão se amoldar aos cânones ditados pelo campo da arte, visando se manter na vanguarda. Como esta produção se adequa às regras do jogo – ora produz pintura, ora produz desenho, ora produz uma arte mais conceitual – isso confirma que a arte produzida está relacionada com a trajetória artística e social do autor dentro do espaço social. Portanto, a produção depende das relações sociais que estabelece nesse espaço. Independente do tipo de arte que o artista opte produzir, ele está vinculado com o social e depende desse vínculo para se manter financeiramente e produzir sua obra.

Com base nas considerações acima, o mercado de trabalho para o artista plástico que pretende trabalhar com a produção, em Curitiba, se caracteriza pelos profissionais que estão vinculados às galerias comerciais, que até mesmo já ocuparam posições de destaque. Quanto ao público, embora o foco da pesquisa tenha partido da produção existente nas galerias e não do público consumidor, indiretamente é possível analisar a sua preferência. A maioria das obras atende ao público principiante, como diria Gombrich, ou à demanda comercial, como menciona Bourdieu: são obras que seguem os princípios renascentistas de composição, que reproduzem o objeto fiel à realidade – posição já superada com a difusão da fotografia.

Segundo Argan (2002, p.78-79), muitos serviços sociais passam do pintor para o fotógrafo, a crise atinge principalmente os pintores de ofício, o que contribui para que a pintura, como arte, passe para o nível de uma atividade de elite. A obra de arte se torna um produto excepcional, cujo interesse se direciona a um público restrito. Considerando a prática artística, duas foram as soluções encontradas: primeiro destaca-se a arte como sinônimo de uma atividade espiritual que não pode ser substituída por um meio mecânico, tese defendida por Baudelaire e, posteriormente, pelos simbolistas, nesse caso, a pintura tende a se colocar como poesia ou literatura figurada; e segundo, a distinção entre os tipos e funções das imagens: a pictórica e a fotográfica, ou seja, a função da pintura não é mais “representar o verdadeiro”, com isso tende a se colocar como pura pintura.

No campo da arte, não apenas as escolhas profissionais classificam os grupos⁹, mas a escolha da temática e da linguagem também é diferente de um grupo para outro, que por sua vez, está relacionada à atividade profissional de cada artista. Na maioria das galerias analisadas, os artistas são pintores de gêneros ou pintores de ofício e são esses que conseguem viver profissionalmente da arte, ou seja, escolhem uma temática única e se aperfeiçoam sempre no mesmo tema. Os temas quase sempre são agradáveis de serem apreciados e remete a paisagens cotidianas, como o pinheiro do Paraná, os casarios de Curitiba, o mar do litoral paranaense; passagens religiosas, como o pastor com ovelhas ou procissão; natureza morta, com vasos de flores e objetos.

Considerando as regras do mercado de arte e não as regras do campo erudito da arte, o tema é determinante na carreira do artista plástico. No *Manual do Mercado de Arte*, Santos (1999, p.76) menciona que existe uma hierarquia nos temas escolhidos, o que indica maior ou menor possibilidade de venda, ou seja, “*as paisagens iconográficas, paisagens diversas, casarios, marinhas, interiores, naturezas-mortas, nus artísticos, figuras na paisagem e retratos, nessa ordem, detem a preferência do público*”.

No grupo de vanguarda¹⁰ não é possível identificar uma única linguagem, temática ou estilo. As obras existentes nas galerias fazem parte de uma fase da produção do artista, ou seja, não representam um estilo único de produção. Tanto a produção quanto as atividades profissionais definem o espaço social ao qual o artista pertence e, por consequência, o classifica.

A produção plástica contemporânea, em Curitiba, é composta por vários artistas, com estilos e linguagens diversificadas. As exposições mais recentes, subsidiadas pelo Estado, servem de balisa para avaliar o que Curitiba considera e oficializa como arte de vanguarda, independente do mercado das galerias de arte. Nessa comparação entre mercado de galerias e mercado simbólico, a maioria dos artistas que o mercado simbólico avalia como vanguarda aparecem associados ao grupo intermediário.

Como primeiro exemplo, os artistas que participaram da exposição da FCC e que representam a produção de arte contemporânea do Paraná da década de 1980 e 1990. Dentre

⁹ Dentre os artistas que compõem o grupo comercial, os que possuem a maior quantidade de obras para comercialização são: Belmiro Santos, Karimi Preuss, Sofia Dyminski, Simone Campos, Angel, Jan Boguslawiski, Mara Maynardes, Ivo Endrissi; já os que participam tanto do grupo comercial quanto intermediário, destacam-se: Rogério Dias, Érico da Silva, Fernando Ikoma, Ruben Esmanhoto, Borges Jr., Vivian Vidal, René Tomczak, Fernando Calderari. Considerando apenas o grupo intermediário que é composto por vinte artistas, cujo número de obras disponíveis a venda é menor que no grupo comercial, citamos: Jussara Age, Mazé Mendes, Ricardo Carneiro, Fernando Velloso.

¹⁰ Cássio Michalany, Fábio Miguez, Mariannita Luzzati e Paulo Pasta são os artistas vinculados a Casa da Imagem. Na Ybakatu, temos: **Alex Cabral**, Alex Flemming, **Débora Santiago**, Fernando Cardoso, **Glauco Menta**, João Loureiro, **Leila Pugnali**, Sebastiaan Bremer, Yiftah Peled – em negrito, os que se inserem no recorte da pesquisa, ou seja, residentes em Curitiba e com obras expostas na data da pesquisa.

os artistas citados, Carina Weidle, Eliane Prolík e Fábio Noronha possuem vínculo com a Galeria Casa da Imagem. E os artistas Geraldo Leão, Rogério Ghomes e Yfítah Peled já expuseram nesta galeria no início da década de 1990. Comparando a participação dos artistas nas outras galerias de arte, também aparecem obras da artista Dulce Osinski na Noris Espaço de Arte e obras do artista Yfítah Peled na Ybakatu, sendo a primeira do grupo intermediário e a segunda do grupo de vanguarda.

Num segundo exemplo temos a exposição Síntese do Paraná: Arte Atual, que apresenta dez artistas plásticos paranaense com curadoria de dez profissionais da área, respectivamente¹¹. Dentre os vinte profissionais envolvidos no evento os artistas expõem suas obras tanto nas galerias do grupo de vanguarda – Casa da Imagem e Ybakatu – quanto nas galerias do grupo intermediário – Galeria Noris de Arte e Fraletti Rubbo – e também continuam participando do Salão Paranaense.

Sérgio Miceli (2002, p.95-96) define três categorias de artistas, em função da sua trajetória social. Na primeira, aqueles que possuem ligações de parentesco com outros artistas. A segunda categoria é formada por aqueles que representam o grupo de criadores que provêm de famílias abastadas da elite econômica. Tal condição social privilegiada lhes permite arcar com as despesas onerosas para a confecção de suas obras em sintonia com as exigências de escala das grandes mostras e espaços abertos. Essa segunda categoria é mais complicada de ser verificada, pois dados referentes às origens sociais e econômicas não são divulgados. A terceira categoria é a do grupo de criadores que inclui a grande maioria de profissionais que não conseguem sobreviver de seu trabalho artístico, complementando suas fontes de renda com empregos alternativos, como professores de arte, desenhistas em escritórios de arquitetura, programação gráfico-visual, decorações etc. Fato constante de geração para geração e determinante para a manutenção do artista que pretende continuar produzindo de acordo com a vanguarda artística.

A invenção do artista de vanguarda acarreta, por um lado, a dependência do artista em relação à estrutura do campo, e por outro, aumenta a importância que os outros agentes assumem nessa estrutura, considerando que os artistas para existirem precisam do reconhecimento. Quem garante tal reconhecimento são os diversos agentes técnicos e protagonistas institucionais, que, de acordo com Miceli (2002, p. 93-97), já se tornaram, hoje, tão ou mais importantes para a dinâmica da vida artística que os próprios criadores.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Retomando as hipóteses do trabalho, podemos dizer que, primeiro, a produção na vanguarda – a arte moderna e contemporânea – a linguagem plástica se dissociou do social. Esse avanço não foi acompanhado pelo grande público. Se isso é verdade para a produção o mesmo não ocorre para o profissional. Ele não se dissociou do social. Isso porque o artista depende das relações sociais para produzir a sua obra tanto materialmente quanto simbolicamente, ou seja, esses profissionais além de artistas plásticos atuam em outras áreas.

¹¹ Carina Weidle com Eliane Prolík, Dulce Osinski com Tânia Bloomfield, Edilson Viriato com Fernando Bini, Elvo Benito Damo com Maria José Justino, Fábio Noronha com Ronald Simon, José Antonio de Lima com Maria Cecília Araújo de Noronha, Juliane Fuganti com Sérgio Kirdziej, Luiz Carlos Brugnera com João Henrique do Amaral, Maria Cheung com Adalice Maria de Araújo, Marlon de Azambuja com Nilza Knechtel Procopiak.

Considerando esse aspecto profissional, os artistas plásticos, independentes da formação, precisam desenvolver outras atividades que lhes possibilitem uma remuneração, seja para produzir obras mais herméticas com pouca possibilidade de comercialização e de difícil entendimento por parte do grande público, seja para manter o nome em evidência, já que as exposições, na maioria das vezes, são realizadas esporadicamente.

Segundo, a produção comercial, tanto a obra quanto o artista não se dissociaram do social, pois este artista, com o seu trabalho, é quem participa das escolhas e preferências do grande público. E é somente assim que a relação entre galeria, artista e consumidor se consolida socialmente. Os artistas que não desenvolvem outras atividades paralelas têm como fontes de renda a produção e a comercialização da obra. Sendo assim, a linguagem plástica precisa ser mais acessível ao grande público.

Verificamos também a relação entre a formação acadêmica em artes e a formação autodidata, na qual concluímos que o diploma não garante o cargo (BOURDIEU, 1998, p. 142), ou melhor, para o mercado de bens simbólicos o diploma não garante capital simbólico necessário para que o artista atue na posição de vanguarda. No campo artístico, o uso do termo cargo já se torna um problema quando relacionamos ao artista plástico, cuja prática não é encarada como trabalho, no sentido hierárquico e institucional. O artista produz em seu ateliê sendo um profissional autônomo, embora a existência do mercado o coloque como um trabalhador que produz obras de arte, porém, para o campo erudito da arte, o artista deve criar livremente, sem depender diretamente do campo econômico.

O mercado das galerias de arte em Curitiba atende a demanda comercial que é oposta à conduta instituída no ensino. Evidenciando, assim, a defasagem entre as aspirações que o sistema de ensino produz e as oportunidades que o mercado de trabalho oferece, soma-se à aspiração pessoal a inflação de diplomas (BOURDIEU, 1998, p.161-162). Então, de um lado, o ensino superior ao incentivar a produção de vanguarda liberta o artista do conhecimento da técnica: do desenho artístico, reforçando as relações sociais, e por outro, prepara o profissional para outras profissões: por ofertar cursos de licenciatura e também por dar subsídios para que o artista produza uma obra comercial. Nesse caso, os diplomas são importantes para preservar a produção de vanguarda e possibilitar as condições de acesso a outros cargos, ou mesmo explicitar as trocas simbólicas, caso o diploma não corresponda ao cargo.

É na disputa por diplomas e cargos que o sistema de ensino superior de artes visuais em Curitiba regula o acesso dos produtores, visto que a hierarquia educacional oferece apenas cursos de graduação e especialização e que não temos ainda cursos de mestrado e doutorado. Esse fato ocasiona um inchaço no mercado a nível médio, que interfere na produção plástica e na qualidade do ensino ministrado pelo professor de artes. Percebemos que a produção de vanguarda seleciona seus participantes tanto pela restrição a melhores cargos, já que atuar em outras profissões torna-se uma regra no campo da arte. Sendo assim, a função de professor representa esse reinvestimento simbólico do artista “criador” – quanto pelo mercado simbólico e comercial.

As galerias são instituições privadas com funções distintas às dos eventos promovidos tanto pela Fundação Cultural de Curitiba quanto pela Secretaria do Estado e da Cultura. Considerando as relações presentes, entre o campo artístico e os campos político e econômico, as ações realizadas pela Prefeitura de Curitiba e pelo Estado do Paraná são determinantes para o desenvolvimento da cultura e, por consequência, para o fortalecimento do mercado de bens simbólicos e para o mercado de trabalho no setor de artes visuais. Sendo assim, mesmo sem discutir as questões de política cultural vale analisar como Curitiba compõe seu acervo de obras, através dos prêmios do Salão Paranaense e da Exposição Faxinal das Artes – que objetivava a atualização do acervo do Governo do Paraná. Para o artista isto implica que o

Estado, enquanto comprador investe pouco e a oferta atinge apenas a produção de vanguarda. Assim, as galerias representam um comprador potencial.

Os artistas de vanguarda precisam da validação oficial para vincular os seus trabalhos e serem reconhecidos no meio artístico. O caminho continua sendo participar de Salões de arte, etapa anterior à realização de exposições individuais, para formar um currículo artístico e ganhar credibilidade. Os Salões são instâncias reguladas pela Secretaria de Estado da Cultura do Paraná e representam a política cultural adotada pelo Estado, juntamente com os espaços disponibilizados para realização das exposições oficiais em Curitiba, além das atividades promovidas pela FCC que também está relacionada à Prefeitura de Curitiba. Sendo assim, mesmo com toda a autonomia preconizada pelo sistema de ensino e pelo campo da arte constatamos que a produção plástica a ser vinculada e aceita como arte depende em grande parte das decisões do campo político e econômico que interferem na atuação profissional do artista. Contudo, concluímos que a realidade social para o profissional de artes não permite muitas escolhas e salários: primeiro, pela desvalorização dos diplomas na área de artes (professores de arte); segundo, pelo mercado restrito para os artistas de vanguarda; e, terceiro, pela prática gerada no ensino superior que repudia os artistas comerciais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARGAN, G. C. *Arte Moderna: do Iluminismo aos movimentos contemporâneos*. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

BOURDIEU, P. *A economia das trocas simbólicas*. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 2001.

_____. A procura de uma sociologia da prática. In: ORTIZ, R. (org.). *Pierre Bourdieu: Sociologia*. São Paulo: Ática, 1994.p.7-37.

_____. *A produção da crença*. 1. ed. São Paulo: Zouk, 2002.

_____. *As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

_____. *Coisas ditas*. 1. ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 1990.

_____. *Escritos de educação*. NOGUEIRA, M. A.; CATANI, A. (org.). Petrópolis, RJ: Vozes, 1998. (Ciências sociais da educação)

_____. Gostos de classe e estilos de vida. In: ORTIZ, R. (org.). *Pierre Bourdieu: Sociologia*. São Paulo: Ática, 1994.p.82-121.

_____. *Meditações pascalianas*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

_____. *O poder simbólico*. 5. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

CANCLINI, N. G. *A produção simbólica: teoria e metodologia em sociologia da arte*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1979.

_____. *A socialização da arte: teoria e prática na América Latina*. 2. ed. São Paulo: Cultrix, 1986.

GOMBRICH, E. H. *A História da Arte*. Tradução: Álvaro Cabral. Rio de Janeiro: LTC, 1995.

HASKELL, F. *Mecenas e pintores: arte e sociedade na Itália Barroca*. São Paulo: EDUSP, 1997.

KARL, F. R. *Moderno e modernismo: a soberania do artista 1885-1925*. Rio de Janeiro: Imago, 1988.

MICELI, S. Mercado de Arte/Brasil 2000. In: MARQUES, R.; VILELA, L. H. (org.). *Valores: arte, mercado, política*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2002. p.91-105.

PINHO, D. B. *A arte como investimento: dimensão econômica da pintura*. São Paulo: Nobel, 1988.

SANTOS, J. C. L. dos. *Manual do Mercado de Arte*. São Paulo: Julio Louzada Publicações Ltda, 1999.

VAZ, Adriana. *Artistas Plásticos e Galerias de Arte em Curitiba: consagração simbólica e comercial*. Curitiba, 2004. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade Federal do Paraná.