

# Elementos de economia política na crítica de arte

Bernardo E. Lins<sup>1</sup>

## Resumo

O ensaio aborda algumas propriedades da obra de arte como mercadoria e da crítica de arte como elemento do seu processo de mercantilização. São discutidas as intervenções do crítico na atribuição do valor da obra, na preservação e evolução do seu marco interpretativo e na delimitação do risco financeiro inerente ao mercado de arte.

## Palavra-chave

Arte, crítica, mercado.

## Abstract

*Some properties of the work of art as a good are discussed and the role of the critic as an agent of its market environment is highlighted.*

## Keywords

*Art, critics, market.*

---

<sup>1</sup> Doutor em economia. Consultor Legislativo da Câmara dos Deputados da Área XIV – Ciência e Tecnologia, Comunicação Social, Informática.

## 1. Introdução

A importância dos bens culturais (e, dentre estes, os de valor artístico) como vetores da identidade social e como lastro da formação da mentalidade coletiva e da opinião pública dá-lhes uma característica de bens de mérito, ou seja, de mercadorias cuja circulação é indispensável e cujo preço não reflete plenamente sua importância social. As sociedades contemporâneas não podem abrir mão de ter informação diversificada e amplamente disseminada e de expressar e divulgar sua cultura e seus valores, sob pena de comprometer a participação coletiva e desgastar a noção de nacionalidade.

Por outro lado, o controle sobre a produção e a circulação desses bens dá ao seu detentor a possibilidade de obter benefícios políticos ou ganhos pecuniários com sua comercialização. Os bens culturais portanto, têm características de mercadoria. E um dos problemas da economia política é determinar que parâmetros delimitam os preços a que esses bens são negociados, quais os mecanismos de produção, circulação e consumo dessas mercadorias, quais os seus efeitos agregados e, sobretudo, quem são os beneficiários e os prejudicados nesse processo.

Um dos prejudicados pode ser, eventualmente, o próprio consumidor. No consumo de bens culturais, pode ocorrer de o valor de uso esperado não vir a se realizar plenamente no momento da fruição. Contrariamente a mercadorias padronizadas e com qualidades claramente reconhecíveis e identificáveis por observação ou inspeção, como uma laranja, um chinelo ou um televisor, e que chamamos de bens selecionáveis (*search goods*), é difícil para o consumidor compreender exatamente o que um conteúdo cultural irá oferecer, até que o experimente. Esses bens dependentes de experimentação (*experience goods*), cujas características só ficam evidenciadas durante o uso, teriam que ser testados antes do ato de compra, o que é inviável no caso em que a fruição implica no uso efetivo. Como alternativa, os consumidores demandam sinais que possam atraí-los e orientá-los e são afetados por fatores como o momento de consumo e a experiência oferecida (NELSON, 1970: 312). Elementos como a tecnologia de oferta, o momento de fruição, a sinalização de suas características e a percepção de exclusividade são fatores integrantes da expectativa de valor de uso do conteúdo cultural.

Esses fatores afetam o valor de uso, ou seja, aquele relacionado ao benefício percebido pelo consumidor no momento de sua fruição. A importância da sinalização, em particular, demanda a presença de uma categoria de mediação para o consumo de bens culturais e de arte. É desejável que exista um agente dedicado ao exame antecipado desses bens e à sua

avaliação, externando sinais que orientem os consumidores em potencial e facilitem, qualifiquem ou enriqueçam sua experiência de consumo. O crítico de arte cumpre, a par de outras funções, esse papel econômico.

Neste ensaio, examinaremos alguns aspectos técnicos e econômicos da crítica de arte, relacionados ao seu papel no mercado de arte e de cultura. Nas duas próximas seções, discutiremos alguns dos desafios na definição do caráter mercantil da obra de arte; na seção 4, examinaremos o papel do crítico no processo de mercantilização da obra cultural e artística; na seção 5, comentaremos brevemente o modo de trabalho do crítico. Apresentam-se, enfim, as conclusões.

## **2 . O objeto de arte como mercadoria**

### *A categoria de arte como categoria econômica*

Fazer um trabalho artesanal é uma combinação de treino e criação. O treino é indispensável. Sem ele, o artesão não conseguiria ter a habilidade manual, o controle dos instrumentos e materiais e a capacidade de antever o resultado a alcançar. O estudo e o adestramento fazem parte desse processo. Obras importantes, como *Les Demoiselles d'Avignon* de Picasso, quadro pintado em 1907, não foram o resultado de um risco simples e imediato. O artista desenvolveu, na preparação da obra, dezenas de croquis e de estudos menores, experimentando composições e cores, aperfeiçoando esboços, até chegar ao efeito desejado, que seria realizado na obra definitiva. Até outros óleos, como o *Nu assis* de 1906, serviram de estudo para a obra.

Criatividade é, evidentemente, um aspecto indissociável do fazer artístico. É a assinatura do artista. Mas sem a habilidade artesanal conquistada em anos de trabalho, sem estudo, reflexão e experimentação, a criatividade não tem como realizar-se. Portanto, episódios culturais e obras artísticas possuem, usualmente, os elementos de uma agregação de valor intensa, decorrente da qualificação técnica e do esforço expressivo de seus autores.

Da combinação dos talentos de cada pessoa, dos objetos, obras e projetos que realiza, nasce o que chamamos de arte. É lugar comum dizer que nem todo objeto é uma obra de arte, mas, previsivelmente, não há consenso sobre essa distinção entre o que é comum, caracterizando-se como meros objetos, e o que mereceria o rótulo de arte, denotando uma percepção de algo que tem um valor, um mérito, reconhecido pela sociedade. É que o coloca em um patamar distinto de outros objetos prosaicos. Pode ser decorrente de características da própria obra, da forma obtida em sua elaboração, da combinação de materiais e cores, da qualidade da

concepção ou do trabalho artesanal para sua confecção. Um saleiro comum, daqueles que se usam nos bares, dificilmente seria tido como uma obra de arte. Um saleiro da coleção Ritzenhoff de objetos de luxo talvez já se enquadrasse nessa categoria. O famoso saleiro fundido em ouro por Benvenuto Cellini para o imperador Francisco I em 1540 certamente seria considerado uma peça artística.

No entanto, haverá aqueles que, encantados com a eficiência operativa, a elegância e a simplicidade de um desses saleiros de botequim não hesitarão em considerá-lo uma obra de arte. E é aceitável que assim o seja. A categoria de arte está associada à combinação das características de um objeto, do contexto em que foi criado e do contexto em que é apreciado. Há inúmeras sociedades antigas que produziam desenhos, artesanato e arquitetura primorosos e para as quais a noção de arte inexistia. Nós consideramos essa produção como obra de arte porque esse conceito existe em nossa cultura e é dentro dela que apreciamos, às vezes com um distanciamento de muitos séculos, os objetos que nos foram relegados.

Arte, em suma, é uma categoria que expressa valores atribuídos a um objeto, ato ou expressão. Em geral, associa-se à arte a apreciação do que é belo e notável na obra, ou seja, a valores estéticos, que não estão na essência do objeto, embora lhe sejam atribuídos em virtude de certas características. A crítica de arte procura estudar o objeto e seu ciclo de produção e consumo para compreender que características são essas e como podem ser associadas ao valor de arte, ao valor estético.

Um problema usual ao se iniciar o exame de uma obra de arte é fazer uma distinção entre seu valor estético e outras dimensões de valor que podem ser associadas ao objeto. Há o valor decorrente do trabalho despendido em sua manufatura, há o valor associado à sua utilidade, há o valor de mercado ou de troca, que se traduz em um preço. Algumas dessas dimensões afetam a apreciação estética ou por esta são afetados. Mas não são valor estético.

Outro problema para o analista é superar a própria intenção estética do autor da obra, a sensação de surpresa, ou de encanto, ou desagrado, ou interesse, em suma, o elemento emocional da apreciação que o objeto induz no observador, para reduzir essa sensação a um elemento adicional de exame da obra de arte. Para isso, irá adotar alguma abordagem, mais ou menos sistematizada, que lhe permita estudar a obra com certa objetividade.

Examinar o ciclo de vida de uma obra de arte nos permitirá reconhecer elementos de análise que facilitarão uma abordagem do objeto de estudo e que são usados pela crítica. Discutiremos brevemente a produção da obra, sua circulação e seu consumo. Contrariamente às mercadorias

em sentido estrito, arte tem elementos de bem público, que tornam bastante peculiares esses processos.

### *Produção*

No processo de produção, o autor elabora a obra a partir de elementos da realidade ou da sua vivência psicológica individual e transcreve esses elementos ao objeto. Um primeiro problema diz respeito à intenção do autor e ao contexto em que trabalha. A realidade, percebida pelo artista e por seus contemporâneos, nem sempre é o conjunto objetivo dos fatos e objetos mundanos, mas uma afirmação social a respeito deles. Em outras palavras, não é uma observação objetiva do mundo, mas uma observação filtrada, distorcida ou restringida pela sociedade.

Às vezes o artista pretende elaborar manifestações que são integradoras, fazendo com que ele e os observadores se sintam incorporados à sociedade mediante o fazer artístico. As manifestações folclóricas e a arte popular são exemplos desse processo.

Em outros casos, o artista é movido pelo espírito de denúncia ou de confronto, explorando as contradições entre o ver e o sentir mais imediatos e as filtragens impostas pela sociedade. A arte torna-se assim motor da crítica social e da superação das barreiras alienantes que o meio social nos impõe. Os jogos de poder da elite, o sufocamento da burocracia, as engrenagens do comércio, a brutalidade da guerra, a imposição de hábitos e costumes que levam as pessoas a sofrer são temas presentes em romances, peças de teatro, balés ou desenhos em profusão.

Há casos, também, em que a preocupação do autor está centrada na forma de expressão e, nesses casos, a obra adquire relevância pela sua dimensão de realização criadora ou de demonstração de proficiência técnica. O artista concentra-se mais na solução de problemas estéticos herdados da evolução da linguagem ou da tradição do ofício do que na afirmação ou no confronto com o social.

O artista, em qualquer caso, interage com a sociedade e sua fala é em parte determinada pelo lugar e o tempo que ocupa. Ele é fruto das linguagens, dos valores e dos modos de interpretação herdados da sua cultura. A obra artística, por sua vez, toma rumo próprio. Ao ser integrada ou rejeitada pelo corpo social consumidor, incorpora-se ao conjunto da cultura dessa sociedade e ajuda a determiná-lo, reafirmá-lo ou modificar seu rumo. A obra torna-se portadora da tradição do fazer associada à sua expressão e elemento de evolução dessa linguagem.

Outro aspecto importante da produção de bens culturais e artísticos reside no caráter individual ou coletivo da expressão e na estrutura

industrial que concorre para sua realização. Obras coletivas e realizadas mediante uma organização da manufatura existem desde a antiguidade. Baste pensar em uma oficina de confecção de vasos de cerâmica ou na edificação de uma catedral gótica. No entanto, o caráter industrial associado à reprodução em escala de cópias e à agregação de tecnologia ao produto é típico das formas de expressão da sociedade capitalista, a exemplo do cinema e dos veículos de comunicação de massa.

### *Circulação*

A circulação da obra, ou seja, a sua integração à sociedade e ao mercado para tornar-se objeto de consumo, pode consistir de episódios distintos, dependendo do caráter da sua confecção e da forma de exibição ou uso. A arte pode ser incorporada ao processo de circulação das mercadorias, chegando a um consumidor final e retirando-se, assim, do fluxo de bens da sociedade. Passa, nesse caso, a pertencer ao âmbito privado do patrimônio de pessoas e a cumprir um papel decorativo. É o caso das edificações privadas, dos quadros, móveis e objetos decorativos das residências, dos livros que preservamos em bibliotecas pessoais.

Outras obras destinam-se à exibição pública e são bens não rivais, podendo ser apreciados pela coletividade. São os edifícios públicos, as obras expostas em parques, museus ou galerias, os filmes exibidos em salas cinematográficas, as peças e balés encenados em espetáculos públicos, os acervos de bibliotecas públicas.

Há, ainda, as obras censuradas, destruídas ou retiradas de exibição. O fato de sua exclusão do ambiente social não se resume, simplesmente, ao silenciamento da expressão, mas é uma declaração do seu valor (ou não-valor). Desaparece a obra, mas persistem os motivos e as declarações públicas que conduziram à sua extirpação.

Há, enfim, o importante aspecto do mercado de arte secundário. A elaboração artística pode ser provocada por um elã unilateral do artista, e em muitos casos é precisamente o que ocorre, mas é mais frequente que seja o resultado de uma encomenda, um contrato ou uma demanda. Essa intenção comercial constitui o mercado primário de arte, a primeira venda. Assim como Michelangelo Buonarrotti foi contratado para pintar os afrescos da Capela Sistina ou Bach ofereceu os concertos de Brandemburgo como certificado de sua qualificação para um cargo de mestre de capela, Sidney Sheldon era contratado por sua editora para produzir romances e Antonio Berni recebia apoio financeiro de uma mecenas para realizar seus quadros. Esse é o mercado primário de arte, a remuneração que chega ao artista ou a seus agentes pela realização da obra.

A obra, porém, uma vez produzida, segue seu caminho nos meandros da sociedade. Partituras de Bach acumularam poeira por décadas até serem redescobertas, executadas e apreciadas. Centenas de obras literárias circularam clandestinamente, condenadas pelo *Index* da igreja católica, até que a mentalidade mais arejada do século XX garantisse sua publicação. Artistas “malditos” como Van Gogh não venderam quadros em vida e morreram pobres, mas suas obras seriam leiloadas, cinquenta ou cem anos mais tarde, por somas milionárias. Esse é o mercado secundário de arte, o mercado de “usados”, o mercado de obras que são recolocadas em circulação. E é o grande mercado de arte, o de reviravoltas, o de furtos cinematográficos, o de leilões milionários.

### *Consumo*

Isto nos leva a um dos paradoxos da arte: ela é frequentemente consumida por pessoas de sociedades e épocas inteiramente diferentes daquelas que as produziram. O leitor, espectador ou apreciador de hoje eventualmente não compartilha a linguagem e os modos de interpretação do autor de décadas ou séculos atrás. Os efeitos contemporâneos da obra de arte não guardam, quiçá, qualquer relação com o que o autor original pretendia. E a cultura atual é afetada pela obra de formas impensáveis à época de sua criação.

A apreciação da obra acaba sendo filtrada por mitos construídos pela própria crítica. Leonardo, ao pintar a Gioconda, investiu quatro anos no trabalho, considerado, já à sua época, uma pequena obra prima. Talvez não tivesse ideia, naquele momento, do significado que o “misterioso sorriso” iria adquirir no futuro. Na sua construção intencional da pintura pretendia, certamente, estabelecer uma referência em termos de naturalismo, um desafio a quem empreendesse tarefa semelhante no futuro. Mas não sabemos ao certo se esse sorriso da Mona Lisa seria meramente aderente aos cânones da época e se tornaria extraordinário mais adiante, devido às mudanças culturais que adviriam. Poucas décadas depois de pintado, de qualquer modo, o tal sorriso já era citado por Giorgio Vasari como algo particularmente bem resolvido, “tão agradável que mais parece coisa divina que humana, tão admirável por não ser diferente do natural” (VASARI, 2011: 448).

Essas obras que se recobrem de uma aura de notoriedade têm valor de mercado às vezes incalculável, mas estão hoje, em certo sentido, acessíveis a todos. Vivemos em um ambiente cultural e tecnológico inteiramente distinto do de duzentos ou quinhentos anos atrás. Obras únicas podem ser reproduzidas com razoável fidedignidade e em grandes volumes. Toda

família católica costumava ter uma miniatura da Última Ceia de Leonardo em algum lugar da sala. Vamos a lojas de pôsteres e compramos uma reprodução da Gioconda ou de um Monet por alguns reais, com direito a uma moldura moderninha que deixaria o autor perplexo, se vivo estivesse. Os impressionistas são adorados por milhões e as exposições de suas obras são visitadas por multidões. Artistas que inovaram a técnica do meio ou promoveram revoltas à sua época tornaram-se parte da história e quase uma unanimidade do *midcult*. Se essas reproduções esvaziam a obra do que Walter Benjamin refere como o seu “aqui e agora”, sua existência única, por outro lado viabilizam sua fruição por um público mais amplo: a obra de arte perde sua autoridade, mas ganha uma função política (BENJAMIN, 2012: 181-182).

### **3 . Função, caráter coletivo e escala industrial da oferta do conteúdo**

O conteúdo, essência do bem cultural, é mercadoria, mas é também uma instituição social que cumpre determinadas funções destinadas a preservar o *status quo* e servir de elemento de ligação ou integração entre o indivíduo e seu grupo social. Considerada em sua totalidade, a estrutura de produção cultural torna-se um aparato de produção de sentido que tem determinadas funções na superestrutura social, condicionando o consumidor ao seu papel social e econômico.

Essas funções não são inerentes à estrutura operacional e à tecnologia da produção cultural, mas decorrem da forma como esta foi sendo construída ao longo do tempo e incorporada pela sociedade. A delimitação para que a cultura atue no sentido de atender a essas funções sociais é dada de várias maneiras, tais como pelo sistema de educação formal, pela formação da opinião pública, pela codificação legal em geral e pela legislação aplicada ao conteúdo, que impõem parâmetros à sua disseminação e, no caso do conteúdo veiculado pela mídia, à atuação dos veículos. Alguns episódios artísticos estão voltados à integração do indivíduo à coletividade, outros à sua discriminação ou, ainda, à sua incorporação a determinados grupos ou segmentos sociais.

Para dar conta dessas distintas funções, alguns autores estabeleceram hierarquias entre as manifestações culturais, distinguindo entre aquelas que se destinam a uma recepção padronizada e “nivelada por baixo” e aquelas aderentes à norma culta, alcançando um elevado padrão linguístico e de técnica de expressão. A disseminação do conteúdo pelos veículos de mídia deu origem, em particular, a algumas dessas abordagens.

A economia aproveita-se dessas classificações que dão ênfase a certas funções desempenhadas pela mídia na sociedade. Uma dessas categoriza-

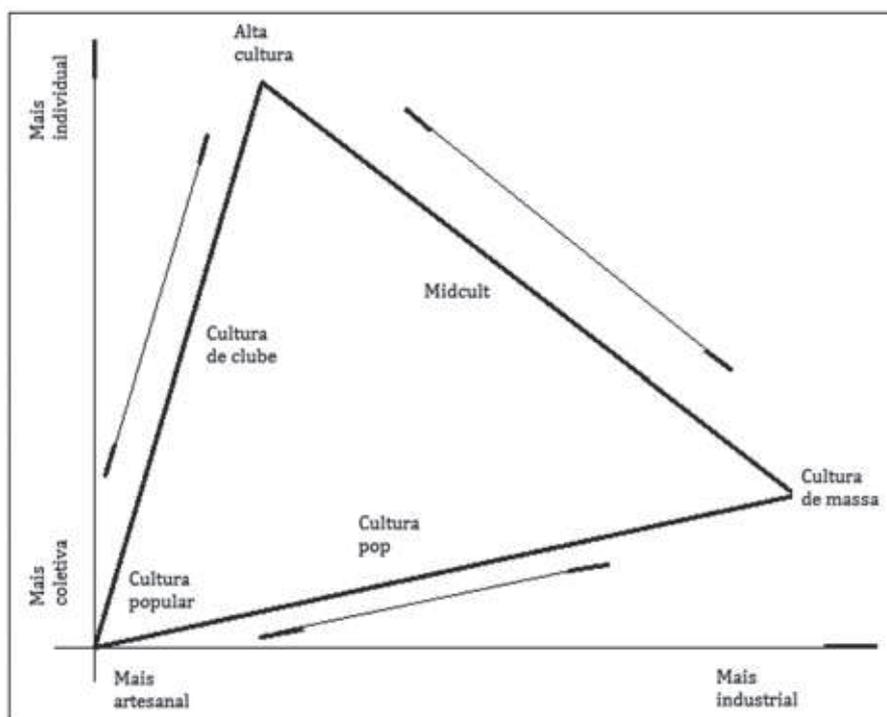
ções foi sugerida por Dwight Mac Donald nos anos cinquenta e desenvolvida ulteriormente por outros autores (GANS, 1999: 30-31, 41, 108), e reconhece uma distinção entre cultura superior, cultura média (*midcult*) e cultura de massa (*masscult*).

Nessa abordagem, a cultura superior é caracterizada pela qualidade intrínseca de sua linguagem e de sua técnica, bem como pela sua adesão aos cânones da arte erudita. Pretende-se ser perene, refinada e portadora de uma atitude crítica diante dos fatos sociais, preenchendo as funções tradicionalmente associadas ao fazer artístico: originalidade, excelência de execução, mérito estético e capacidade de reflexão acerca das questões relevantes para a elite social. A cultura de massa, no extremo oposto, define-se pela produção veiculada nos meios de comunicação destinados ao grande público, sendo tida como seriada, contínua e narcotizante, reproduzindo padrões consagrados pela aceitação da maioria da audiência. A cultura média, enfim, caracteriza todas as manifestações que incorporam expressões cultas, mas as “pasteurizam” para consumo em grande escala.

Tal classificação unidimensional dos produtos, ainda assim, oferece uma intuição quanto ao seu consumidor típico, embora sua aplicação seja dúbia em diversas situações. E resulta ser bastante prática para uso em modelos econômicos, pois, ao oferecer tal descrição unidimensional do conteúdo, facilita a construção algébrica de relações entre preferências do espectador, formação de audiência, receitas do veículo e suas estratégias empresariais.

Trata-se, porém, de uma classificação manifestamente imprecisa, na medida em que deixa de considerar três aspectos importantes. O primeiro é o da existência de um amplo rol de fatos culturais que se desenvolvem e persistem à margem da mídia e que conformam parte dos elementos que reconhecemos como cultura popular. Em muitos casos, são manifestações que requerem qualidade técnica e apuro estético que as pareiam com a cultura dita superior. Em segundo lugar, deixa de considerar que o desenvolvimento da mídia possibilitou o surgimento de um poderoso sistema de tratamento técnico do conteúdo e de produção de novas linguagens, gerando padrões estéticos inovadores em relação à cultura superior. E deixa de observar, em terceiro lugar, que há uma contínua realimentação entre as várias manifestações culturais da sociedade, um aprendizado mútuo da parte de seus praticantes e uma atuação complementar destas para construir um acervo de interpretação dos fatos sociais. Visões multidimensionais abrem espaço para estas e outras considerações (figura 1).

Figura 1 – Classificações de manifestações culturais



Cultura popular é usualmente entendida como “a soma dos valores tradicionais de um povo, expressos em forma artística, como em danças e objetos, ou nas crenças e costumes gerais” (TEIXEIRA COELHO, 1980: 11). É, portanto, delimitada pelas manifestações que nascem de um impulso de expressão coletivo da comunidade. Daí que se diga que a cultura popular seja produzida por aqueles que a consomem.

A cultura popular reveste-se de importância para a construção dos traços culturais de localidade e de nacionalidade, em vista do seu caráter integrador do indivíduo à comunidade. A participação popular nessas manifestações é um fator de construção do espírito de grupo e de reconhecimento, por cada indivíduo, da sua característica de pertinência à sociedade. E resulta, não raro, em elevado refinamento, seja pela qualidade artesanal da execução, seja pela complexidade da construção formal que lhe dá suporte.

É equivocado, portanto, associar a cultura popular a uma manifestação “pobre”. Ao contrário, os artistas e a comunidade envolvidos em sua realização são demandados, em várias oportunidades, a desenvolver trabalhos que requerem domínio técnico e habilidade de execução com-

paráveis aos de um artista erudito. A conhecida frase do carnavalesco Joãozinho Trinta, “quem gosta de miséria são os intelectuais, pobre gosta de luxo”, expõe uma crítica de quem faz cultura popular à atitude de rejeição a uma produção refinada no seu contexto, particularmente quando mercantilizada e deslocada ao *masscult*.

Na cultura de tradição anglo-saxônica um interessante desafio teórico é do enquadramento da cultura pop. Suas expressões (música pop, literatura em quadrinhos, *street fashion*, grafite) são oriundas da classe operária britânica e norte-americana e têm o caráter integrador da cultura popular. No entanto, tendem a explorar a estrutura comercial preexistente e a cristalizar uma diferença entre quem produz a expressão cultural e quem a consome, estabelecendo uma distinção com o conceito convencional de cultura popular.

Por ser uma manifestação oriunda de um estrato social desfavorecido, a cultura pop possui um tom acentuado de crítica social, presente em muitas de suas obras e expressões particulares. No entanto, alguns elementos da cultura popular persistem no pop: o caráter integrador do indivíduo à comunidade, a tendência ao conformismo formal, a escassez do caráter crítico sobre a própria produção cultural, a capacidade de influência sobre as demais instâncias culturais e sua incorporação pela mídia (TEIXEIRA COELHO, 1980: 14).

Já o termo indústria cultural relaciona-se diretamente com a cultura de massa, na qual a separação entre produção e oferta do bem cultural está claramente situada em oposição ao consumo da cultura. A indústria cultural é o conjunto das instituições que têm por objetivo a concepção, a produção e a veiculação de cultura de massa. Nesse processo, cada indivíduo relaciona-se com o veículo, que medeia relações diretas entre pessoas, quando estas existem. O conteúdo, produzido para o veículo e consolidado em um programa, é ainda assim uma manifestação cultural, na medida em que opera sobre o corpo social.

Os veículos tradicionais de mídia eletrônica, rádio e televisão, desenvolveram um modo de operação comercial na forma de um mercado bilateral. De um lado, oferecem o programa como bem público, ou seja, não rival (cujo consumo por uma pessoa não impeça o consumo por outra pessoa) e não excludente (inexiste um mecanismo que possa impedir uma pessoa de consumi-lo). De outro lado, formam uma audiência que é “vendida” ao anunciante, remunerando o veículo. Daí que o verdadeiro negócio dos mídia não seja a oferta de conteúdo, mas a venda de audiência (OWEN e WILDMAN, 1992: 3-4).

O que importa ressaltar é que, para alcançar, ou aliciar, o maior número possível de espectadores, valorizando as suas inserções comerciais, o veículo deve colocar uma programação que satisfaça o “gosto médio” dos espectadores e que logre satisfazer o maior número possível de pessoas. Isto é alcançado na medida em que a programação atenda a três características: primeiramente, adote uma linguagem simples, com recursos eficazes mas restritos à gramática visual dominada pelo espectador; em segundo lugar, reforce as convicções do espectador médio, de modo a mantê-lo confortável diante da programação e receptivo à publicidade e, finalmente, mantenha um fluxo de informações renovado em ritmo veloz, para evitar a monotonia (MARCONDES FILHO, 1987: 67).

Em decorrência dessas características, a programação de rádio e televisão é reforçadora de valores e hábitos pré-existentes e arraigados no público, tendo um viés conservador. Tende a ser também reforçadora do gosto médio e, nesse sentido, tende a empobrecer o interesse do público pelas expressões culturais eruditas. É reforçadora do conformismo social, na medida em que reitera a estrutura social vigente como forma de preservação do público. Por outro lado, a necessidade de dar uma dinâmica à programação obriga a mídia a posicionar-se agressivamente diante de questões periféricas. A inadequação da televisão para o tratamento de temas relevantes e tópicos controvertidos levou a jornalista e comentarista norte-americana Edith Efron a chamar o meio de “gigante tímido” (McLUHAN, 1994: 309).

Daí a crítica de que a mídia eletrônica, em especial a televisão, tenda a ser um veículo “narcotizante”. Essa crítica pode ser compreendida da seguinte forma: ao veicular uma programação diversificada, mas que não permite que o espectador se fixe e aprofunde em determinado tema, em virtude do ritmo adotado, a mídia eletrônica lhe dá a impressão de estar bem informado e participante, enquanto na verdade este detém apenas um conhecimento relativamente superficial de cada questão.

Assim, a identidade cultural da sociedade e a opinião pública acabam sendo formadas a partir de abordagens superficiais e multifacetadas, de pequenos *quanta* de informação, perdendo-se uma visão conexa e completa do problema, o que empobrece a discussão pública e prejudica a construção de um consenso sólido sobre problemas relevantes. O resultado acaba por constituir uma “disfunção”, na medida em que “narcotiza” o indivíduo e, em última instância, o grupo social.

A cultura de clube tem outras características. Mercadorias de clube (*club goods*) são aquelas que poderiam ser usufruídas por todos, pois o uso por uma pessoa não a desgasta, mas sobre as quais existe algum meca-

nismo de exclusão aplicável. A tecnologia pode oferecer esse mecanismo, permitindo a precificação do conteúdo. Por exemplo, na TV por assinatura, o acesso ao conteúdo depende do pagamento da mensalidade, em oposição à TV aberta. Um direito de propriedade também pode ser fator de exclusão. Por exemplo, o direito autoral possibilita que o autor use o poder do Estado para coibir a livre distribuição de sua obra. No caso da cultura de clube, o comportamento social de um grupo coíbe sua adoção coletiva. A cultura passa a ser sinal distintivo de pertinência ao grupo e de diferenciação em relação à coletividade.

Os exemplos de cultura de clube são variados e recorrentes. Manifestações religiosas, hábitos de consumo e uso de roupas características diferenciam os praticantes de certos cultos, os membros de comunidades étnicas, os participantes de grupos políticos e os jovens ligados a “turmas” ou “gangues”. Muitas dessas expressões requerem o domínio de um vocabulário ou de um idioma próprio para serem adotadas. A incorporação a um grupo pode resultar em vantagens colaterais para seus membros, mas a rede de proteção social ou a expectativa de satisfação individual são os reais benefícios alcançados.

A cultura de clube estabelece traços distintivos de reconhecimento do integrante. Incorpora a intenção integradora da cultura popular e pop, mas procura estabelecer uma distinção entre o integrante do clube e o restante da sociedade. A cultura de clube é uma expressão de resistência ou de *status*, decorrente do reconhecimento do indivíduo por sua incorporação ao grupo.

A cultura de clube não tem, conseqüentemente, a mesma possibilidade de incorporação ao *masscult* oferecida pela cultura popular, a não ser na forma de paródia.

Em cada pólo descrito na figura 1, o crítico centra sua ação para o mercado em um enfoque distinto. Ele age legitimando as circunstâncias de produção da cultura popular. Age certificando a autenticidade, a excelência e a intenção autoral da cultura erudita. E age sinalizando as possibilidades de fruição da cultura industrial.

#### **4 . O crítico como parte do processo mercantil**

##### *Crítica de arte como sinalização e atribuição de valor*

Deixamos de mencionar, na seção 2, o problema da distribuição, ou seja, da repartição dos ganhos pecuniários decorrentes da comercialização da obra de arte ou da sua fruição coletiva, por exemplo pela exposição pública em mostras e eventos ou pela remuneração do uso da imagem. Essa

repartição é realizada entre o artista, o sistema de corretagem (agente, *marchand*), o sistema de sinalização e atribuição de valor (crítico, curador) e o sistema de financiamento (proprietário, investidor, mecenas).

Um objetivo da crítica, seja para fins pessoais, seja diante da coletividade, é estabelecer uma declaração do valor estético de uma obra. Ao cabo do processo analítico, chega-se a uma estimativa do seu mérito artístico, advinda tanto das características inerentes à obra (prova interna) como da sua contextualização histórica, cultural e técnica (prova externa). Há até mesmo razões utilitárias para empreender essa abordagem. Talvez a mais evidente seja a demanda de um público ansioso por obter uma consultoria do crítico a respeito do valor estético da obra com que se confronta, seus méritos culturais e sua avaliação pecuniária. A percepção de mérito por parte do público demanda, porém, uma tradução desse trabalho técnico em linguagem acessível, mediante os códigos de sinalização de que tratamos na seção 3, em particular a classificação por gênero.

Tal percepção coletiva de mérito é central à mercantilização da arte, na medida em que o julgamento estético é sempre realizado *a posteriori* e aplicado a cada obra singularmente, não sendo passível de generalizações ou de testes. O crítico é, pois, um agente que opera um mecanismo para que esse julgamento adquira uniformidade social e possa ser projetado do mundo dos valores para o mundo dos preços. Para que tal processo se concretize, o crítico desempenha várias funções relacionadas à posta em circulação do bem cultural (figura 2).

**Figura 2 – Funções e instrumentos da crítica: um sumário**

Função do crítico	Instrumentos	Motivação econômica
Legitimador da concepção de arte	Análise historiográfica Curadoria	Reforço da arte enquanto instituição social
Formador do ambiente de recepção da obra artística	Consolidação dos cânones da boa produção erudita Consolidação dos critérios de produção e aceitação da cultura popular Construção da opinião pública a respeito da arte Curadoria	Reforço das instâncias sociais que medeiam a fruição e a precificação da mercadoria artística
Certificador de autoria e de origem	Análise material Análise historiográfica Análise estilística	Estabelecer autenticidade da obra e legitimar direitos de propriedade

Certificador do processo de criação artística	Análise historiográfica Análise estilística Análise temática	Contextualizar a obra na produção do autor ou de uma escola como parâmetro de fruição ou precificação
Contextualização da obra no acervo da produção recebida	Crítica impressionista Crítica de gênero Compilação de dados comparativos de produção de obras coletivas ou industriais	Estabelecer sinais para o <i>matching</i> entre mercado e consumidor
Consultoria em investimentos e na formação de acervos	Análise de leilões e de comportamento de mercado Tabulação de cotações Curadoria	Selecionar obras para fins de formação de acervos Estimar o preço da obra e as condições de negociação

### *O crítico como legitimador da concepção de arte*

A literatura de teoria e linguagem estética é extensa e complexa. Não se pretende aqui fazer uma resenha ou uma reflexão a respeito desta. Apenas aponta-se a tarefa que o crítico deve enfrentar no sentido de situar-se nesse corpo teórico e estabelecer seus valores e seu método de trabalho, servindo de avalista do papel da arte como instituição.

Trata-se de uma demanda inescapável, pois constitui um passo intermediário na legitimação do mercado de arte e na construção de valor pecuniário da manifestação artística. O crítico busca desenvolver uma compreensão clara do significado da arte e de sua relevância para cada momento da vida social. Busca ir além da constatação trivial de que indivíduos e sociedades reconhecem ou desenvolvem valores estéticos e os aplicam aos objetos e manifestações que elaboram. É demandado a elaborar um manifesto pessoal a respeito da arte, explícito ou oculto, refletido ou inato, que fundamente suas escolhas de abordagens e ferramentas de análise e que legitime suas declarações e avaliações.

Para analisar uma obra com algum distanciamento, o bom crítico faz uso de um método de trabalho formulado antecipadamente. Modelos de crítica incorporam basicamente três aspectos. Primeiro, uma delimitação do que se considera arte e valor artístico. Em segundo lugar, uma enumeração dos aspectos da obra ou de seu ciclo de vida que são considerados relevantes para a compreensão do seu valor artístico. E, finalmente, um conjunto de ferramentas intelectuais ou de métodos de abordagem de cada obra particular, para estabelecer uma afirmação a seu respeito. Essas escolhas têm implicações econômicas, em vista do papel do crítico como mediador das relações do mercado de arte, que comentamos na seção anterior.

Os artistas de maior notoriedade foram, em muitos casos, eles próprios críticos dos trabalhos que os antecederam e inovadores da linguagem

utilizada. Promoveram o reconhecimento de outros artistas, aderiram a escolas e estimularam a renovação do processo de produção artística.

Assim, ao compreender o fluxo da evolução do meio de expressão, os problemas técnicos e estéticos que a cada período se colocavam a seus praticantes e as soluções encontradas para fazer avançar o domínio da expressão artística, o crítico contemporâneo torna-se examinador e avalista desse permanente processo de transformação da expressão artística em seu todo. Cada obra, cada autor, encontra seu lugar no irresistível fluir da cultura e da evolução técnica e estética do seu meio de expressão.

#### *Validação do processo de criação artística e de elementos autorais*

O crítico é demandado, também, a examinar uma obra a partir do contexto de sua produção. O foco recai no autor e no ambiente social em que se encontrava no período de criação. A primeira dificuldade do crítico, ao empreender esse exame, é avaliar os valores e as práticas sociais vigentes no lugar e no tempo da confecção da obra. Sempre com a sensibilidade de reconhecer que há sociedades para as quais o conceito de arte é inexistente, ou é distinto do significado atual, embora a apreciação estética, o reconhecimento de qualidades da obra, possa ser asseverada.

Mesmo em nossa tradição ocidental, houve períodos, e a Alta Idade Média europeia foi um deles, em que a contribuição coletiva para a obra diluía a notoriedade deste ou daquele artífice. Catedrais, esculturas, afrescos, mosaicos de extraordinária beleza nos foram relegados, sem que se tenha ideia de seus autores, mesmo nos casos em que exista um razoável registro histórico da encomenda e da confecção da obra. Em sociedades teocráticas, em que fazemos o bem para Deus e será Dele que virá a recompensa, não há porque esperar reconhecimento temporal...

Mas a partir do século XII retoma-se o registro de artistas e de seus colaboradores, permitindo ao crítico uma melhor delimitação dos elementos autorais da obra: técnicas e instrumentos, recursos estilísticos, intenção do autor, sua situação no marco da produção do período, evolução de sua atividade, de suas preocupações, de seus interesses<sup>2</sup>.

Isto coloca o analista diante de um segundo desafio: fazer uma crítica do autor demanda o acesso a informações precisas sobre sua formação,

2 Lorenzo Mammì aponta, nesse aspecto, que há um reconhecimento relativamente generalizado de três grandes fases na relação entre obra de arte, autor e espaço social. Até o Renascimento, a obra era vista como objeto no espaço físico, um entre muitos. No Renascimento, o autor reivindica seu papel intelectual e a obra de arte migra para um *status* em que se torna um objeto ambíguo, vinculando-se ao mundo das coisas e ao mundo dos conceitos. Será apenas no modernismo, que comentaremos mais adiante, que essa concepção perde força (MAMMÌ, 2012: 56-57).

sua personalidade, suas convicções, suas práticas. Registros diretos ou indiretos são importantes referências e uma atitude historicista se impõe.

Um elemento adicional de análise do bem cultural pelo estudo do seu autor diz respeito à compreensão da obra como uma revelação do íntimo do autor e da sua produção como um exercício psicanalítico empreendido pelo artista. A escolha do tema, a especificação da estrutura, a representação de personagens, da trama e do desfecho são decisões que, se às vezes impostas por encomenda, encontram espaço para um processo de autoexame, de revelação e de catarse.

Essa abordagem difere do estudo da obra no contexto de sua produção por estar, em certa medida, esvaziada de considerações historicistas. O foco prossegue na estrutura e no desenrolar da obra, reinserindo o problema autoral, mas o instrumental é o da psicologia.

#### *Crítica e atribuição de autoria e originalidade*

Dentro desse processo de construção de um valor socialmente reconhecido para a obra de arte, uma importante função do crítico é a de determinar tecnicamente a originalidade e autenticidade da obra, efetuando uma atribuição de autoria, contribuindo assim para sua avaliação pecuniária. Concorrem, nessa tarefa, três estruturas distintas de avaliação e consultoria de terceira parte: a crítica propriamente dita, a certificação e o registro.

**Figura 3 – Estruturas de atribuição de autoria ou origem**

	Crítica	Certificação	Registro
Marca ou autoria	Avaliação de características materiais e de estilo para atribuição de autoria	Certificação de autoria e autenticidade	Registro de marca Registro de autor
<i>Design</i>	Avaliação crítica ou classificação comparativa do <i>design</i> e de funcionalidades		Registro de padronagem ou de desenho industrial Patente de formato
Origem	Rastreamento da origem e da trajetória da obra	Certificação da origem	Registro de origem
Aferição de qualidade intrínseca	Avaliação crítica ou classificação comparativa de características técnicas divulgadas ou percebidas	Análise material e ensaio de conformidade de características técnicas	
Categoria	Avaliação crítica e enquadramento do produto em períodos, estilos ou gêneros		

Se a crítica e a certificação podem ser eventualmente aplicadas a todos os bens culturais, o registro alcança apenas aqueles de produção contemporânea. O reconhecimento legal do autor e de seus direitos é uma conquista que se consolida no século XIX<sup>3</sup>. A aplicação de registros de padronagem, *design* e origem é contemporânea a esta e foi sendo estendida, diversificada e refinada ao longo das décadas seguintes<sup>4</sup>. O patenteamento de formatos (muito usado hoje, por exemplo, para programas de televisão, sendo o Big Brother o exemplo mais conhecido) vem sendo aplicado apenas nas últimas duas décadas.

#### *Crítica, preservação e renovação cultural*

Há ainda uma função social da crítica associada à preservação e à renovação do lastro cultural da sociedade. Trata-se de incorporar ao acervo cultural determinadas obras cuja aceitação não é fácil. Ou, em sentido inverso, apontar as mistificações exploradas pelo artista para tornar aceitável sua produção. Ou, ainda, apontar os efeitos sociais agregados da arte, explicitando os episódios em que prevalece seu papel integrador ou aqueles em que fica evidente sua função de denúncia, ou, ainda, aqueles em que a captura ou a coação por grupos de interesse deformam o fazer artístico, seja pela censura, seja pela cooptação, seja pelo silenciamento.

Vimos, também, na seção 2, que a diversidade de funções de cada manifestação cultural encontra-se condicionada pelo modo de oferta e pela estrutura industrial ou artesanal subjacente. O papel do crítico, em cada caso, é ajustado ou deformado por esse contexto. Para bens ou expressões de alta cultura, o crítico tende a se posicionar como intérprete do conteúdo, estabelecendo parâmetros para sua decodificação pelo consumidor. Já no caso de produtos da indústria cultural ou do mercado pop, o crítico é demandado a prover sinais que estimulem o consumo do bem e orientem o consumidor quanto ao valor de uso esperado, incorporando um papel publicitário da mercadoria cultural.

#### *Crítica, curadoria e delimitação do risco financeiro*

Bens culturais são produzidos em volumes maciços e o reconhecimento de mérito é decorrente de um processo de competição entre estes que se assemelha a uma corrida de cavalos, em que a ordem de chegada

3 Embora a maior parte dos países reconhecessem direitos do autor bem antes disso, foi com a Convenção de Berna de 1886 que estes passaram a integrar o rol do direito internacional e a receber um reconhecimento mais uniforme e universalizado.

4 Há, do mesmo modo, uma longa história de registros e patentes, que remonta ao séc. XV. No entanto, a consolidação e universalização dessas modalidades deram-se a partir da Convenção de Paris de 1883.

é determinada por fatores não previsíveis. O artista e o sistema de financiamento de bens culturais não são capazes de assegurar, antecipadamente, o sucesso ou fracasso comercial ou social de uma iniciativa cultural. Trata-se, pois, de uma atividade inerentemente incerta (De VANY, 2004: 28-29).

O crítico tem, portanto, enquanto mediador desse mercado, uma função complementar de proceder a uma triagem da produção cultural, selecionando aquelas que, em sua avaliação, encontram oportunidades de maior exposição ou sucesso. Desse modo, serve como sinalizador à produção, apontando os projetos ou esforços que mereçam prioridade de seus realizadores. Também procede à compilação de obras e à construção de acervos que informem e eduquem o consumidor, orientando suas decisões de consumo futuras. Sua função de curadoria, em suma, destina-se economicamente a delimitar os riscos do empreendimento cultural e reforçar as escalas de valores coletivamente reconhecidas.

É de se destacar que essa situação não é típica do ambiente capitalista. Em todas as épocas e culturas, mulheres e homens produziram intensamente um volume expressivo de manifestações culturais, com variados graus de proficiência e de projeção social. As obras primas que chegaram aos dias de hoje e que são reconhecidas publicamente são uma ínfima fração da imensa produção passada. Do oceano das obras que chegaram aos dias atuais, salvas da destruição do tempo e dos incidentes sociais, poucas são as que têm autoria identificável e qualidades técnicas diferenciadas, merecendo destaque para se incorporarem ao imaginário da sociedade.

## **5 . Breves apontamentos sobre o modo de trabalho do crítico de arte**

### *A descontextualização: análise centrada na obra*

Uma etapa importante do modo de trabalho do crítico consiste em desconsiderar os elementos exteriores e focar em uma análise técnica dos elementos inerentes à obra. Métodos e técnicas dependem da natureza da obra examinada.

Em geral inicia-se tal empreendimento, nas artes visuais, com uma análise técnica material. Trata-se de uma avaliação do estado geral da obra, da aplicação de restaurações, da técnica e dos materiais usados em sua confecção. Além da observação circunstanciada da confecção, da montagem e do estado de conservação, há vários exames que podem ajudar nessa etapa: análise química de amostras coletadas da obra, avaliação microscópica de seções ou cortes, métodos de datação, métodos não invasivos como radiografia e fotografia, exames grafotécnicos.

Uma segunda etapa consiste em uma análise estilística. Pode-se empreendê-la dando atenção a macroelementos (tais como a composição geral da obra, o uso do tempo, a construção da perspectiva, a conexão ou transição entre partes ou motivos, a escolha de personagens e das funções que desempenham) ou a microelementos (relacionados às técnicas de traço, talho ou aplicação de materiais, ao uso de elementos de luz e sombra, de cores, de texturas e de narração, à combinação e à sincronização de recursos como som e imagem, narração e fundo, tempo e movimento, montagem e ritmo).

Esses elementos contribuem para singularizar a obra. Em obras antigas, essas análises permitem comparar a obra com as técnicas e materiais usados na época da sua suposta execução e com o estilo e os recursos do autor, contribuindo para comprovar sua autenticidade, origem e circunstâncias de produção.

Uma terceira etapa consiste na avaliação combinada dos elementos de estilo e do tema para apreender o valor estético da obra. Há diversas abordagens possíveis cuja enumeração escapa aos objetivos deste ensaio. Limitar-nos-emos a observar que estas alcançam a identificação de recursos para contrapor descrições naturalistas a elementos gráficos que criam um distanciamento ou deformação em relação a esta, induzindo um estranhamento ou uma sensação singular no espectador; a identificação dos recursos narrativos em sua transcrição pictórica ou plástica; o uso de elementos temáticos ou motivos, de elementos de conexão ou e de outros meramente colaterais, acessórios ou decorativos e de como esses elementos são entrelaçados para caracterizar o ritmo da obra (organização narrativa), para a fixação da composição (organização funcional) e para o equilíbrio visual (organização estrutural). Em muitas obras, os elementos estruturais adquirem valor narrativo e são personificados, sendo a arte abstrata um exemplo desse recurso levado ao extremo<sup>5</sup>. Pode-se, ainda, transitar da avaliação analítica dos elementos e recursos constitutivos da obra para sua avaliação sintética ou global, reconhecendo o que há de denotativo, extensivo e racional no conjunto, contribuindo para a dimensão

5 Arthur Danto sugere, nesse aspecto, que a arte modernista inverte (ou subverte) a relação da obra com o meio de expressão. Passa a chamar a atenção para os aspectos materiais do meio. Em lugar de usá-lo para acolher uma expressão artística, passa a usá-lo para discutir a arte e sua expressão: “Modernismo... é a progressiva revelação da realidade material de pinturas e objetos físicos. Isto nos leva, naturalmente, ao problema filosófico de estabelecer uma distinção entre uma obra de arte que consista de um quadrado pincelado de tinta vermelha e um mero objeto físico que seja um quadrado pintado de vermelho – digamos, um tampo de mesa. Uma possível solução é sugerir que uma obra de arte minimalista – e a arte modernista por extensão – se expresse acerca da sua condição material, enquanto o mero objeto físico não se expressa sobre absolutamente nada. A arte moderna discorre, em última instância, sobre si mesma, o sujeito da arte é a arte”. (DANTO, 2000: 195).

narrativa, e o que há de conotativo, intensivo ou emocional, contribuindo para a dimensão poética.

Os aspectos da obra que definem sua inserção em um gênero ou categoria (invariantes de gênero), sua caracterização autoral (invariantes de escola, de autor ou de fase) e aqueles que diferenciam essa realização de outras de gênero similar ou do mesmo autor (singularidades da obra) completam essa análise. Aponta-se, assim, aquilo que é canônico e aquilo que é singular na obra analisada, caracterizando as escolhas do autor.

#### *O registro do processo de consumo e a crítica impressionista*

Em oposição à análise técnica da obra situa-se a crítica impressionista. É externar, de modo impulsivo, as impressões e sensações que a obra logra provocar no crítico e que este, graças a seu treino analítico, consegue perceber, racionalizar e descrever. O crítico age com liberdade de avaliação, com franqueza e com um descompromisso em relação a um método preestabelecido.

Ao adotar tal abordagem, o crítico pode resvalar, porém, na armadilha de se lastrear em impressões afetadas por seus preconceitos, suas preferências ou seu processo de aprendizado. Mais ainda, pode conduzir sua discussão no rumo da autoanálise, usando a obra como motivação para externar questões de seu íntimo que pouco contribuem para a compreensão da arte, embora propiciem, não raro, uma oportunidade para elaborar boa literatura.

Uma abordagem mais aprofundada relaciona a recepção da obra com o ambiente social e o acervo cultural que condicionam sua interpretação. A avaliação da obra estende-se então a seus efeitos sobre esse marco sociocultural, aos diálogos que estabelece com outras obras e com as instituições que a recepcionam, e às reações que provoca.

Essa avaliação está condicionada por pressupostos, por doutrinas, pelo marco teórico e pela ideologia do analista. Assim como o autor reconhece a cultura do seu tempo e a esta se submete, mesmo quando pretende problematizar essa relação ou negá-la, a recepção da obra é igualmente determinada por essas relações. E a crítica também. Mais uma vez, é importante que o crítico esteja atento ao reconhecimento dessa limitação insuperável.

É legítimo, nessa apreciação, que o crítico tome um caminho mais comprometido com uma agenda teórica ou política, seja na revelação de significados ocultos, tanto na relação de consumo quanto nos próprios elementos estruturais e linguísticos da obra, seja na desconstrução de seu mérito, seja em uma proposta de ação voltada a desmistificar, a renovar ou a redirecionar o marco sociocultural de recepção.

Importantes contribuições a essas revisões têm sido os movimentos feministas, de ação afirmativa e de reivindicações libertárias. Quer se concorde ou discorde de suas agendas, há que se reconhecer que eles modificaram o panorama cultural contemporâneo e problematizaram as leituras críticas das obras de arte.

#### *A crítica de gênero como sinalização*

A circulação contribui para a caracterização da obra ao demandar mecanismos de *matching* entre produção e consumo que são agregados ao acervo cultural, afetando decisões do autor e do consumidor. Talvez o mais notório desses mecanismos seja a proposta de gêneros ou tipos nos quais categorizar a obra.

A aplicação de gêneros é muito antiga. A tradição greco-romana reconhecia gêneros literários e musicais: poesia épica, elegia, tragédia, comédia, crônica e assim por diante. Atualmente utilizamos esse tipo de classificação em todas as formas de expressão: nas artes plásticas (cubismo, fauvismo, expressionismo, *ready made...*), no cinema (comédia, terror, drama, erótico...), na fotografia (moda, *boudoir*, nu, reportagem, fotomontagem...) e assim por diante. Essa tipificação informa o leitor, ouvinte ou espectador quanto à obra que irá confrontar e, em vários casos, quanto ao período de sua confecção e o alinhamento do autor a escolas ou estilos.

Para o mercado, a atribuição do gênero tem uma função de sinalização. Há produtos para os quais não existe uma possibilidade de exame suficiente para determinar sua qualidade intrínseca e sua adequação ao uso. São os bens de experiência (*experience goods*), mencionados na introdução, para os quais o benefício decorrente do consumo só pode ser avaliado quando esse consumo já ocorreu<sup>6</sup>.

O gênero não é o único instrumento de sinalização. As expectativas acerca da qualidade e das características da obra de arte (incluindo-se aí a obra cinematográfica do exemplo do rodapé) também são sugeridas ao consumidor em potencial por outros sinais. A notoriedade dos artistas, o título da obra, a sugestão de que esta seja a continuação ou replicação de outras anteriormente realizadas, o perfil dos colaboradores no caso de obras coletivas ou industriais, o orçamento e até a classificação indicativa são sinais que o mercado oferece, para orientar o consumidor e estimular sua decisão de consumo.

<sup>6</sup> Um exemplo é dado ao assistirmos um filme na sala de cinema. Ao final da sessão, o espectador conclui acerca da qualidade de sua experiência: “foi um bom filme”, ou “não gostei”, ou “é um filme cansativo”, ou “não entendi nada...”. Ele ou ela não teria como assegurar-se dessa percepção antes de experimentar plenamente a obra. Esse tipo de relação entre consumidor e mercadoria é recorrente ao se consumir arte.

Nesse contexto, a indicação de outras pessoas, em particular de críticos, é um sinal intensamente desejado pelo público. Há um nicho de mercado editorial específico (cadernos ou colunas de crítica em periódicos, comentários na televisão, revistas de fofocas) que atende a essa demanda.

Esse sistema de sinais, combinado com outras dimensões de expectativa, tais como o histórico de experiências anteriores e os hábitos de consumo, determina a expectativa de satisfação que pode ser alcançada e afeta a decisão de consumo.

Ao enquadrar a obra em algum gênero, portanto, o crítico pode estar facilitando a vida do leitor, do espectador ou do comprador de uma obra. Mas essa estratégia não é isenta de riscos. Há obras que se enquadrariam em vários gêneros, como a fotografia de Helmut Newton: é moda, é erótica, é às vezes registro social. Outras, embora sugiram uma óbvia filiação, guardam elementos importantes de outros gêneros. Filmes de Chaplin como *Tempos Modernos* ou *O Grande Ditador* são obviamente comédias, mas agregam a clara intenção de crítica política ou social e exploram elementos dramáticos. Há autores que seguem trilhas muito pessoais, evitando o conforto da tipificação. Há os que a referenciam, ironizando sua aplicação.

## 6 . Conclusões

O mercado de arte e de cultura impõe uma especialização de funções que abrange o ciclo completo da produção, circulação e consumo da obra de arte, bem como da distribuição de ganhos decorrentes do processo que mencionamos anteriormente. Nesse ambiente, o papel do crítico como intérprete da obra (papel hermenêutico) contribui para a produção de sentido com valor comercial e para a atribuição de um preço. Surge, nesse contexto, uma projeção do valor estético socialmente reconhecido sobre o preço alcançado pela obra no mercado, na medida em que o laudo do crítico tem um sentido de referência de valor, que situa a obra em termos comparativos ao restante do mercado de arte.

Há, decerto, outras motivações para essa definição do preço da obra, tais como a abundância ou escassez de obras comercializáveis do mesmo autor ou período, questões de moda ou gosto, expectativa de ganhos de revenda, aspectos relacionados à especulação financeira e à busca de lastro real no mercado de arte e assim por diante.

O crítico recebe, também, uma responsabilidade de delimitar os riscos do mercado cultural e de arte e de proceder à seleção de obras consideradas viáveis, legítimas ou respeitáveis no contexto social e de mercado. Tem, portanto, um papel ativo na dinâmica de mercado e na evolução do

acervo coletivo da cultura nas sociedades atuais, Se, por um lado, tais aspectos enobrecem a função mediadora da crítica, trazem, por outro lado, responsabilidades éticas e possibilidades de desvios de função.

O crítico responsável deve, em suma, estar ciente do seu papel profissional. Em muitos casos, é uma engrenagem a serviço de uma indústria, de um mercado ou de um grupo de interesse. Não há julgamento moral dessas situações. Críticos engajados ou contratados podem elaborar avaliações equilibradas e preencher com nobreza sua função social a par de obter seu ganha-pão. Ou não. O grau de compromisso moral e de independência de cada um depende de sua dignidade pessoal, de seus padrões éticos e de sua habilidade em contornar com elegância essa contradição entre os valores da comunidade e o interesse do mercado.

#### Referências bibliográficas

---

BENJAMIN, Walter (2012). “A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica”. Em: **Obras Escolhidas I. Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. São Paulo: Brasiliense.

COWLING, Elizabeth *et al.* (2002). **Matisse Picasso**. Londres/Nova York: Tate/Moma.

DANTO, Arthur C. (2000). “Abstraction”, Em: **The Madonna of the Future**. Berkeley: University of California Press.

De VANY, Arthur (2004). **Hollywood Economics**. Londres: Routledge.

GANS, Herbert J. (1999). **Popular Culture and High Culture: an Analysis and Evaluation of Taste**. Nova York: Basic Books (edição revisada e atualizada).

HILL, Telênia (1990). “As manifestações artísticas”. Em: SAMUEL, Rogel (org.) **Manual de Teoria Literária**. Petrópolis: Vozes. 5ª ed. (1ª ed. 1984).

MAMMÌ, Lorenzo (2012). “As bordas”. Em: **O que Resta: Arte e Crítica de Arte**. São Paulo: Companhia das Letras.

MARCONDES FILHO, Ciro (1987). **Quem Manipula Quem? Poder e Massas na Indústria da Cultura e da Comunicação no Brasil**. Petrópolis: Vozes.

- McLUHAN, Marshall (1994). **Understanding Media**. Cambridge: MIT Press.
- NELSON, Phillip (1970). "Information and consumer behavior". *The Journal of Political Economy*, 78 (2): 311-329.
- NELSON, Phillip (1974). "Advertising as information". *The Journal of Political Economy*, 82 (4): 729-754.
- OWEN, Bruce M. e Steven S. WILDMAN (1992). **Video Economics**. Cambridge: Harvard University Press.
- TEIXEIRA COELHO, José (1980). **O que é Indústria Cultural**. São Paulo: Brasiliense.
- ULIN, Jeffrey C. (2010). **The Business of Media Distribution**. Burlington: Focal Press.
- VASARI, Giorgio (2011). **Vida dos Artistas**. São Paulo: Martins Fontes.