MERCADO DE ARTE GLOBAL, SISTEMA DESIGUAL

Ana Letícia Fialho[1]

RESUMO

No contexto de um mercado globalizado e desigual, em que medida e sob que condições o sistema da arte contemporânea brasileiro, suas diferentes instâncias e agentes, se internacionalizaram e passaram a participar da cena internacional? Neste artigo trataremos especificamente da internacionalização do mercado de arte primário, que se destacou na última década pelo protagonismo que conquistou no funcionamento do sistema das artes no território nacional e por uma crescente inserção no plano internacional. Analisaremos o contexto e as determinantes desse processo; as políticas públicas e o ambiente normativo e tributário que incidem sobre o sistema das artes visuais e impactam sua internacionalização; os dados quantitativos existentes sobre o mercado que evidenciam tal internacionalização e, por fim, um de seus desdobramentos mais recentes: a abertura de filiais de galerias brasileiras no exterior.

Palavras-chave: Mercado de Arte Contemporânea. Arte Contemporânea. Sistema das Artes Visuais. Politicas Culturais de Internacionalização. Marcos Legais das Artes Visuais.

ABSTRACT

In the context of the globalized and unequal contemporary art world, to what extent and under what conditions can the Brazilian contemporary art system, its institutions and agents, internationalise and take a more active role in the international art scene? In this article, we examine the

1 Gestora cultural, professora e pesquisadora. Atualmente é professora visitante do Programa de Pós-Graduação em História da Arte da Universidade Federal de São Paulo (Unifesp). Fez pós-doutorado no Instituto de Estudos Brasileiros da Universidade de São Paulo (2016), doutorado em Ciências da Arte e da Linguagem na Escola de Altos Estudos em Ciências Sociais - EHESS/Paris (2006), mestrado em Gestão Cultural na Universidade de Lyon II (1999) e Bacharelado em Direito na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (1997). Foi diretora do Departamento de Estratégia Produtiva da Secretaria da Economia da Cultura/MinC de 2016 a 2018, gerente executiva e consultora do Programa Cinema do Brasil entre 2007 e 2019, consultora em inteligência comercial, Coordenadora de Pesquisa do Programa Latitude desde 2012 e curadora executiva do Fórum Permanente de 2007 a 2013. Participou de diversas publicações, entre elas, *Sociologia das artes visuais no Brasil* (Senac, 2012), *O valor da obra de arte* (Metalivros, 2014) e *Outras histórias na arte contemporânea* (Paço das Artes, 2016). É coorganizadora, com Leandro Valiati, do *Atlas econômico da cultura brasileira* (MinC/UFRGS, 2017), finalista do Prêmio Jabuti em 2018. E-mail: analeticiafialho@gmail.com.

internationalisation of the primary art market, which over the last decade has been notable for the leading role it has taken in the Brazilian arts system and for its increasing involvement in the international market. We analyse the context and the determining factors in this process, the public policies, regulatory and tax environment which impact on the visual arts system and its internationalisation, the numerical data on the market which demonstrates that increasing international involvement, and, finally, one of its most recent features: the opening of branches in other countries by Brazilian galleries.

Keywords: Contemporary Art Market. Brazilian Art Market. Global Art

O funcionamento em rede e a circulação internacional são características intrínsecas ao campo da arte contemporânea. Sendo assim, sistemas nacionais se inserem num mapa internacional das artes cujas fronteiras se encontram, desde o final dos anos 1980, em constante redefinição.

Hoje, a disputa pela construção, consolidação e disseminação dos valores da arte contemporânea, no plano simbólico e econômico, se define, em última instância, pela capacidade de os agentes do campo reverberarem suas escolhas internacionalmente.

Alain Quemin (2014) observa que, ao mesmo tempo em que há uma clara tendência à internacionalização dos sistemas de arte contemporânea, cujos agentes se (re)encontram frequentemente nos mesmos lugares, independentemente do país de origem, há ainda uma forte hierarquia na organização da cena artística internacional, em que um número limitado de agentes e plataformas definem os valores simbólicos e econômicos da arte contemporânea.

Ou seja, a estrutura descrita por Annie Verger no início dos anos 1990 como característica do mundo arte contemporânea ainda não foi significativamente alterada, citando Willy Bongard, fundador do Kunstkompass:

> Não é preciso realizar um estudo sociológico profundo (...) para identificar quem são os entendidos que estabelecem o valor e o não valor da arte contemporânea. Trata-se sobretudo daqueles que se dedicam profissionalmente aos negócios em torno da arte contemporânea, ou seja, diretores e responsáveis dos museus, curadores de exposições, críticos e proprietários de galerias, aos que se somam alguns colecionadores apaixonados (BONGARD, 1974, p. 252 apud VERGER, 1991, p. 30, nota 90).

A autora ressalta, ainda, a hierarquia existente entre as instâncias que detêm poder de legitimação: "O meio artístico aprecia de forma

desigual as instâncias de consagração e avalia à sua maneira a natureza dos serviços" (VERGER, 1991, p. 14).

Para Raymonde Moulin (2000), a valorização das obras e dos artistas contemporâneos repousa sobretudo na articulação de uma rede internacional de galerias e instituições. A autora observa que a especificidade da configuração artística na contemporaneidade reside na interdependência crescente entre o mercado, onde se dão as transações, e o campo cultural, onde se opera a homologação e a hierarquização dos valores artísticos, interdependência esta que nem sempre existiu (idem, 1997).

O sistema da arte, no entanto, é mais complexo, composto por quatro instâncias fundamentais, cujas dinâmicas são distintas mas inter-relacionadas: produção artística, reflexão crítica (história, crítica e curadoria), institucional (museus, bienais e equivalentes) e mercado (galerias, casas de leilão, feiras, plataformas digitais). Hoje, encontram-se sistemas de arte contemporânea em diferentes regiões do mundo, funcionando, em linhas gerais, de acordo com essa estrutura, mas o peso e o papel que tais instâncias têm no processo de construção de valores (no âmbito local, regional, nacional e internacional), a dinâmica e o funcionamento de cada uma, como se relacionam e qual seu grau de internacionalização são determinados pelos contextos específicos nos quais estão inseridos, assim como por macrodeterminantes, ou seja, fatores exógenos ao campo da arte (como oscilações da economia) ou ao seu território de origem (tendências de práticas curatoriais em instituições prescriptoras e revisões da história da arte universal, por exemplo).

Num sistema da arte há muito tempo consolidado, como o da França, objeto da análise de Moulin, há um equilibro entre as esferas de produção, as instituições e o mercado, e a construção dos valores artísticos se dá na articulação entre eles. Hoje em dia, creio que esse equilíbrio depende também de políticas públicas que fomentam os distintos elos do sistema e oferecem segurança jurídica e incentivos para o desenvolvimento do mercado e a participação da iniciativa privada. Já em sistemas menos consolidados, como no Brasil, tal modelo não se aplica inteiramente.

Já observamos anteriormente que aqui o mercado conquistou, na última década, papel estruturante no sistema de arte contemporânea. Galerias comerciais e colecionadores particulares fomentam ativamente a produção e a circulação de obras e artistas, organizam debates e publicações, apoiam a participação de artistas em exposições e residências no exterior e capitaneiam sua inserção internacional, incorporando algumas das funções que deveriam estar concentradas na esfera institucional, evidenciando um claro desequilíbrio entre as instâncias institucional, da reflexão crítica, o polo da produção e o mercado de arte.

Tendo como pano de fundo um mundo globalizado e desigual, tenho buscado avaliar em que medida e sob que condições não só a produção artística, mas o sistema da arte brasileiro, suas diferentes instâncias e agentes, se internacionalizaram e passaram a participar da cena internacional da arte contemporânea a partir dos anos 2000.

Neste artigo, discutirei unicamente a internacionalização do mercado de arte primário, segmento que tem sido objeto de minhas pesquisas mais recentes, e que se destaca pelo protagonismo que tem no funcionamento do sistema das artes no território nacional e por sua crescente inserção no plano internacional. Mas antes de passar à análise dos dados sobre o mercado, abordarei as políticas púbicas que incidem sobre o sistema das artes visuais e impactam o seu processo de internacionalização.

POLÍTICAS PÚBLICAS E SEU IMPACTO NA INTERNACIONALIZAÇÃO DO SISTEMA DAS ARTES NO BRASIL

São recorrentes e pertinentes as críticas feitas por agentes do campo das artes acerca da falta de investimentos públicos em cultura e da inconsistência das políticas públicas voltadas ao setor. No atual contexto político e econômico brasileiro, a falta de investimentos, sobretudo da esfera federal, se acentuou, além de terem surgido ameaças ainda mais graves ao setor cultural, como a censura e o desmonte de programas e políticas consolidadas.

Não obstante, cabe destacar algumas iniciativas no âmbito federal, implementadas a partir de meados dos anos 2000 até recentemente, que tinham como objetivo contribuir para o processo de internacionalização de artistas e do mercado de arte nacional, algumas delas ainda vigentes.

Editais do Ministério da Cultura 2005–2015

Extrapola o escopo deste artigo fazer uma análise abrangente da política de promoção internacional do Ministério da Cultura, mas gostaria de destacar uma de suas principais ferramentas, o Edital de Intercâmbio, implantado em 2005, e que ao longo de pouco mais de dez anos contribuiu para o intercâmbio e circulação de artistas e agentes do campo cultural no Brasil e no exterior.

Seu objetivo era “promover a difusão e o intercâmbio nas diversas áreas e linguagens artístico-culturais, a disseminação os saberes populares e tradicionais, bem como a capacitação técnica”. Por meio desse instrumento, artistas, técnicos, gestores culturais, empreendedores criativos, mestres dos saberes e fazeres populares ou tradicionais e estudiosos da cultura, individuais ou em grupo, podiam obter apoio do Ministério da Cultura para

participar de eventos, festivais, cursos, produções, pesquisas, residências, feiras de negócios e outras atividades culturais, no Brasil ou no exterior.

Não existem dados consolidados sobre os resultados desse edital, nem é possível a segmentação para avaliar o impacto específico para as artes visuais, mas os números de 2015 dão notícia do seu possível impacto ao longo de dez anos: só em 2015, foram apoiados 121 projetos, 422 profissionais brasileiros que participaram de eventos em 32 países.

A ele veio se somar em 2014 o edital Conexão Cultura Brasil #negócios, que tinha como objetivo "fomentar a participação de empreendedores da economia criativa em eventos de mercado, para ampliar os espaços de difusão dos bens e serviços culturais brasileiros, bem como fortalecer suas bases de sustentabilidade de médio e longo prazo".

O edital visava a democratização e ampliação do acesso de agentes da economia criativa a eventos estratégicos do mercado internacional e o incentivo à consolidação da cultura brasileira no exterior. Esse edital possibilitou, por exemplo, a participação de artistas e outros profissionais na feira ARCOmadrid em fevereiro de 2015, e de profissionais de museus no evento *Museum Connections* realizado em Paris em janeiro de 2016.

Ambas as iniciativas foram descontinuadas em 2016, em razão de contingenciamento dos recursos do Fundo Nacional de Cultura Apesar dos esforços da equipe da Diretoria de Relações Internacionais, que reiteradamente apresentou proposta para sua reedição, tal projeto não logrou ser aprovado entre as prioridades de investimento elegidas pelos responsáveis pela pasta da Cultura.

O Projeto Latitude

A política de maior impacto para a internacionalização de setores da economia da cultura, e do mercado de arte em particular, não foi implementada pelo Ministério da Cultura, e sim pela Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil).

A Apex-Brasil promove a internacionalização de setores da economia da cultura desde 2005 e identificou que a arte contemporânea e o setor de galerias do mercado primário tinham potencial para internacionalização, dando início ao Projeto Setorial de Exportação voltado às galerias de arte do mercado primário em 2007, impulsionando a organização e profissionalização do setor e a criação da Associação de Arte Contemporânea (ABACT), entidade responsável pela execução do projeto desde 2011. Entre 2015 e 2019, a Apex-Brasil e a ABACT investiram conjuntamente mais de R$ 10 milhões em atividades voltadas à internacionalização, entre elas, apoio à participação das galerias em feiras internacionais, convite a

agentes internacionais para participar de uma agenda das artes no Brasil (em geral organizada em sintonia com datas de feiras e bienais), inteligência comercial, missões prospectivas, promoção internacional e capacitação[2].

Graças a esse projeto, mais de duzentos convidados internacionais (diretores de instituições, curadores, colecionadores, consultores, pesquisadores e jornalistas estrangeiros) vieram ao Brasil para conhecer o circuito nacional e cumprir uma agenda de visitas a feiras de arte e bienais, e também a instituições, espaços independentes e coleções privadas. O programa vem gerando muitos desdobramentos, entre projetos de exposição, residências, aquisições por instituições públicas e privadas e publicações internacionais, reforçando o interesse internacional pela arte brasileira. O projeto também publica a Pesquisa Setorial Latitude sobre o mercado de arte contemporânea no Brasil, que desde 2012 disponibiliza informações sobre o setor.

O programa teve e continua a ter um impacto significativo na internacionalização das galerias, bem como nas demais esferas do sistema das artes, e em particular na internacionalização dos artistas. Recentemente, lançou uma nova linha de ação, o intercâmbio de curadores, voltado a apoiar pesquisas de curadores brasileiros em instituições internacionais[3]. O programa, voltado ao setor das galerias e com objetivo de gerar exportações, contrasta com a falta de outras políticas públicas, consistentes e continuadas, voltadas a internacionalização das demais instâncias do sistema das artes e de seus agentes.

Ambiente normativo e tributário e seu impacto no sistema das artes

Outra importante dimensão das políticas públicas, e que não requer necessariamente investimento direto, e sim uma compreensão das especificidades e necessidades de cada setor cultural, diz respeito à melhoria do ambiente normativo e tributário com vistas ao seu desenvolvimento.

No caso da internacionalização, especificamente, os processos necessários à circulação internacional de obras de arte, para fins institucionais e comerciais, poderiam ser mais ágeis e menos custosos. Algumas questões dependem apenas de iniciativas no âmbito administrativo, portanto são supostamente mais simples e rápidas para implementar, enquanto

2 Para mais informações: <http://latitudebrasil.org/sobre-nos/estrategia/>.

3 A primeira edição, em parceria com o Getty Institute de Los Angeles, permitiu à curadora Ana Avelar, selecionada via edital, um período de residência e pesquisa de dois meses na instituição norte-americana. Para mais informações: <http://abact.com.br/blog/projeto-latitude-seleciona-curador-para-intercambio-de-pesquisa-no-gri-getty-research-institute-los-angeles/>.

outras requerem mudanças legislativas, processo mais complexo e demorado, mas ainda assim necessário para corrigir aberrações do regime vigente, que prejudicam o funcionamento do sistema das artes e sua internacionalização.

Um importante gargalo diz respeito aos impostos que incidem sobre a importação de obras de arte no Brasil. Os impostos sobre as exportações não constituem obstáculo ao comércio exterior, já os impostos incidentes sobre a importação de obras de arte podem chegar a quase 50% sobre o valor da obra, afetando os principais agentes da cadeia das artes visuais: artistas, galeristas, colecionadores e, em tese, instituições. O funcionamento é explicado em detalhe pelo advogado Victor Gomes:

> Qualquer entrada de bem estrangeiro em território brasileiro configura importação e pode estar sujeita à incidência de tributos.
>
> É importante entender o conceito de bem estrangeiro. Para fins jurídicos e aduaneiros, é um bem produzido no exterior ou, ainda, um bem brasileiro que tenha sido objeto de uma exportação definitiva em momento anterior e retorna ao Brasil – o chamado bem desnacionalizado.
>
> Para a Receita Federal, a noção de "bem produzido no exterior" é ligada ao aspecto físico e geográfico. Ou seja, qualquer bem fabricado ou criado fora do Brasil é estrangeiro, ainda que feito por brasileiro com materiais brasileiros, e deve ser tributado ao entrar no país, pois a entrada configura importação.
>
> Isso significa uma carga tributária de aproximadamente 43%, com a incidência de Imposto de Importação, PIS, Cofins e ICMS – esse percentual pode variar para mais ou para menos de acordo com o endereço de residência do artista, porque os percentuais de ICMS variam de Estado para Estado (TEJO, 2018, p. 83).

A raiz do problema está em não haver um regime tributário específico voltado ao sistema da arte, e sim um regime tributário protecionista e genérico, que é aplicável às obras de arte sem considerar as suas especificidades. O regime tributário nacional visa proteger e estimular o mercado e a produção nacional dificultando as importações e favorecendo as exportações (o que é compreensível para outros setores da economia, mas altamente questionável em relação ao sistema das artes, e ainda mais quando essa tributação se aplica a obras de artistas brasileiros).

Os impostos incidentes sobre a importação de obras de arte afetam os artistas que produzem obras no exterior e que desejam nacionalizá-las, os colecionadores que queiram trazer para o país obras compradas no exterior (e poderia haver distinção e incentivo a depender da finalidade, como no caso de doação ou comodato para coleções institucionais), as galerias

que trabalham com artistas estrangeiros e queiram importar as obras e comercializá-las no Brasil, assim como instituições brasileiras que desejem (e tenham recursos) para adquirir no mercado internacional obras para seus acervos.

No regime atual, dificilmente seria viável a constituição de coleções internacionais como as que vieram a integrar os acervos do Masp, por exemplo. Recentemente, perdemos a oportunidade de receber a doação de obras da coleção de Patricia Phelps de Cisneros. Segundo o diretor da coleção, Gabriel Pérez-Barreiro, havia intenção de fazer uma doação importante para o Museu de Arte do Rio, quando Paulo Herkenhoff estava à frente da instituição, mas nas consultas prévias se depararam com a dificuldade dos trâmites para a doação e a alta incidência de impostos, o que inviabilizou o processo, enquanto doações para o Peru e para a Argentina foram feitas sem dificuldades (PÉREZ-BARREIRO, 2019, informação oral[4]).

Tal regime tributário tem efeitos preponderantemente negativos, pois isola não somente o mercado, mas o sistema das artes de forma mais ampla. O diálogo internacional que poderia se estabelecer no mercado e se consolidar nas coleções públicas e privadas contribuiria para estimular, desafiar e qualificar a produção nacional e a reflexão crítica sobre a mesma, ampliando as possibilidades de narrativas e cruzamentos (críticos, curatoriais, acadêmicos) e inscrevendo a história da arte brasileira num contexto mais global.

O que o Estado supostamente ganha em impostos é irrisório comparado aos ganhos que teria com um sistema das artes efetivamente internacionalizado. Além disso, há uma possibilidade de aumentar a arrecadação de forma indireta. Mercados estruturados e competitivos, como o dos Estados Unidos e Reino Unido, têm marcos legais específicos, incentivos fiscais e regimes tributários favoráveis à comercialização, importação e aquisição de obras de arte, com isso o Estado amplia a arrecadação, pois ganha em escala e volume de transações, além de favorecer o colecionismo institucional.

No entanto, agentes do sistema das artes no Brasil não lograram, até o momento, estabelecer um diálogo com as diferentes esferas públicas implicadas para uma efetiva melhoria do ambiente normativo e tributário incidente sobre o sistema das artes visuais. O que se logrou até o momento, por iniciativa das feiras ArtRio e SP-Arte, foi a obtenção, junto aos governos estaduais, de redução do ICMS para as transações realizadas durante o período das feiras, mas tal isenção é uma concessão excepcional e deve ser renegociada a cada ano.

4 Conversa entre a autora e Gabriel Pérez-Barreiro, *Senior Advisor* da Colección Patricia Phelps de Cisneros, via WhatsApp, em 12 de julho de 2019.

Estive à frente de duas iniciativas recentes que tiveram o intuito de fazer avançar a discussão sobre a melhoria do ambiente normativo e legal incidente sobre o sistema das artes no Brasil:

O 1º Encontro Artes Visuais: Em Busca de Soluções para Questões Normativas e Tributárias foi organizado pela Secretaria de Economia da Cultura do Ministério da Cultura, em parceria com a revista *seLecT* e o escritório Cesnik, Quintino & Salinas, e tinha como objetivo incentivar a organização setorial para a construção e defesa de uma agenda comum a ser negociada com os órgãos competentes na busca de soluções, adequações e melhorias do ambiente normativo e tributário incidente sobre o setor. A primeira mesa tratava do tema *Circulação internacional: Aspectos regulatórios e tributários da entrada e saída de obras de arte no Brasil,* com participação de Aline Akemi (Cesnik Quintino & Salinas Advogados), Ana Helena Curti (Associação Brasileira das Produtoras Independentes das Artes Visuais), Fábio Guimarães Rolim (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - Iphan), Felipe Isola (Fundação Bienal de São Paulo), Gregory Becher (CQS Advogados) e Luciana Brito (Associação Brasileira de Arte Contemporânea – ABACT), com mediação de Fábio Cesnik (CQS Advogados)[5].

A galerista Luciana Brito resumiu na ocasião a agenda de prioridades do setor de galerias:

> A isenção de taxas de impostos sobre a importação de obras de arte de artistas brasileiros. A gente não consegue trazer essas obras de volta para o Brasil, porque elas estão sujeitas a taxas de importação de 48%. É uma coisa totalmente absurda. Segundo, a redução das taxas de importação de obras de artistas estrangeiros. Hoje em dia, o intercâmbio é muito importante. Se não conseguimos trazer artistas internacionais porque importação é proibitiva, a gente também não consegue levar os nossos artistas para fora, porque não há intercâmbio entre galerias (…) a obra de arte não é reconhecida como um bem cultural, mas como um bem de luxo (MEIO…, 2018).

5 A mesa contou ainda com Alessandra D'Aloia (galerista), Anauene Soares (perita da Receita Federal), Fernanda Feitosa (SP-Arte), Eduardo Saron (Itaú Cultural), Maria Ignez Mantovani (International Council of Museums – ICOM Brasil) e Valéria Piccoli (Pinacoteca do Estado de São Paulo) como debatedores.

O Encontro foi uma etapa preparatória do *Mapa tributário da economia criativa: artes visuais, audiovisual, editorial, jogos digitais e música*[6], cujo objetivo era a identificação e o endereçamento dos aspectos jurídicos e normativos relevantes que impactam os setores culturais, com especial atenção aos gargalos e medidas de aperfeiçoamento. Elaborado com base em pesquisa qualitativa realizada junto a agentes do sistema e análise da legislação vigente, o tema da importação de obras de arte aparece em destaque como um grave entrave para o desenvolvimento do setor de artes visuais. Há dois aspectos destacados pela publicação: a nacionalização de obras de artistas brasileiros que se encontram no exterior e a repatriação de obras mantidas no exterior que não tenham sido regularmente declaradas, uma vez que há previsão legal para estimular a repatriação de outros tipos de bens, mas não para obras de arte[7], e cita o exemplo de uma entidade cultural que possui obras de coleção, cedidas em comodato pelo prazo de mais de vinte anos, que estão no exterior e não podem ser trazidas definitivamente ao Brasil. O mapa aponta para questões que devem ser prioritariamente tratadas:

> A visão de obras de arte como produto de luxo é limitante e afeta o mercado e a preservação do patrimônio cultural. Por essa razão, o setor pleiteia a instituição de regimes especiais voltados para as obras de arte, para regularização de obras de arte de artistas brasileiros produzidas

6 Elaborado pelo escritório Cesnik, Quintino & Salinas, contratado no âmbito do Acordo de Cooperação Técnica firmado entre o Ministério da Cultura (MinC), a Agência Brasileira de Cooperação e a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), visando ao fortalecimento de cadeias produtivas da economia da cultura no Brasil. A Secretaria da Economia Criativa (SEC), vinculada ao MinC, foi a pasta responsável pelo desenvolvimento do presente trabalho, articulando o mapeamento dos aspectos tributários para a geração de insumos destinados à formulação e implementação de políticas de fomento pelo MinC, cumprindo sua atribuição de planejar, promover, implementar e coordenar ações em todos os segmentos da cadeia produtiva para desenvolver a economia da cultura no país. A autora foi responsável pela formulação da demanda e acompanhamento do seu desenvolvimento até o final de sua gestão na SEC, em maio de 2018. Disponível em: <http://cultura.gov.br/wp-content/uploads/2018/12/Mapa_Tributario_da_Economia_Criativa_FINAL.pdf>.

7 Segundo o *Mapa*, o Regime Especial de Regularização Cambial e Tributária (Rerct), instituído pela Lei nº 13.254/2016, objetiva, nos termos do art. 3º, regularizar a situação dos bens remetidos ou mantidos no exterior, bem como os que tenham sido transferidos para o país, em qualquer caso, e que não tenham sido declarados ou declarados com omissão ou incorreção em relação a dados essenciais no exterior. Infelizmente a Lei nº 13.254/2016 sofreu veto presidencial em relação ao art. 3º, inciso IX, por solicitação do Ministro da Justiça, pelo qual foi afastada a possibilidade de regularização dos referidos bens sob a justificativa de "dificuldade de precificação dos bens e de verificação da veracidade dos respectivos títulos de propriedade, o que poderia ensejar a utilização indevida do Regime". Nesse contexto, verifica-se certo desinteresse, pelo viés de quem cuida da administração tributária ou da Justiça, em relação aos setores de cultura e economia criativa. Nitidamente não existe um diálogo entre setores da administração, no sentido de compreender os bens da cultura e as artes visuais como objetos essenciais à dimensão estética e inerentes à sociedade.

> no exterior e de obras de arte pertencentes a coleções brasileiras no exterior, como forma de fomentar o mercado das artes visuais e difundir a cultura no país (FREITAS; CARBONI, 2018, p. 28).

Por fim, vale mencionar o *Guia do artista visual*: *inserção e internacionalização* (TEJO, 2018)[8], cujo escopo mais amplo era oferecer uma ampla gama de informações para artistas visuais com vistas a seu desenvolvimento profissional, abordando também questões relacionadas à internacionalização e orientações sobre procedimentos e oportunidades para os artistas brasileiros que atuam ou desejam atuar no exterior.

Esperamos que tais iniciativas do extinto Ministério da Cultura, concluídas em 2018, possam ainda constituir uma contribuição para a melhoria do ambiente normativo e tributário incidente sobre o sistema das artes e para a sua internacionalização.

A internacionalização das galerias

Podemos avaliar a internacionalização das galerias sob vários aspectos, nem todos de fácil mensuração: a representação de artistas estrangeiros, a participação em feiras internacionais, a realização de parcerias com galerias e outros espaços expositivos no exterior, o apoio à participação de artistas em residências, exposições institucionais e publicações no exterior, a participação em comitês de seleção de feiras internacionais, o volume de vendas feitas para o mercado internacional (relacionado ao número de colecionadores privados e institucionais que alcançam no exterior), a diversidade e quantidade de países para os quais realizam vendas, a repercussão de suas atividades e a visibilidade de seus artistas na mídia internacional, a existência de sedes no exterior.

Todos esses fatores somados contribuem para a reputação de cada galeria e ampliam sua capacidade de atuação no âmbito internacional, ou seja, impactam no papel e no peso que elas podem ter, na arena internacional, para a construção de valor, do ponto de vista simbólico e econômico, dos artistas que representam e também, em alguma medida e em circunstâncias específicas, no funcionamento do mercado e do circuito internacional de forma mais ampla. No jargão do mercado, é o posicionamento como um *player* relevante, reconhecido pelo meio e pelos pares, e capaz de influenciar e ser ouvido no diálogo sobre a arte contemporânea global.

8 O *Guia do artista visual: inserção e internacionalização,* publicado em 2018, foi concebido durante a gestão da autora no Departamento de Estratégia Produtiva no Ministério da Cultura, e contratado no âmbito do Acordo de Cooperação Técnica firmado entre o Ministério da Cultura (MinC) e a Agência Brasileira de Cooperação e a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), visando ao fortalecimento de cadeias produtivas da economia da cultura no Brasil. Disponível em: <http://cultura.gov.br/wp-content/uploads/2018/12/Guia-do-Artista-Visual.pdf>.

Aqui gostaríamos de contextualizar e destacar alguns dados que a nosso entender apontam de forma inequívoca para um alto grau de internacionalização de agentes do mercado de arte brasileiro, atestam o seu protagonismo na configuração do sistema da arte em território nacional e indicam o seu posicionamento no mercado internacional.

Para tanto, analisaremos dados quantitativos de pesquisas disponíveis sobre o setor, com destaque para a Pesquisa Setorial Latitude sobre o mercado de arte contemporânea. Além dos dados quantitativos da pesquisa setorial, utilizamos também notícias publicadas em jornais e revistas, *newsletters* enviadas pelas galerias, informações obtidas em conversas informais com agentes do sistema e entrevistas estruturadas, a fim de trazer também informações qualitativas atualizadas.

Pesquisa Setorial Latitude

No início da década de 2010, era nítida a impressão de que o mercado de arte contemporânea estava crescendo, muitas novas galerias estavam surgindo, mas não existiam dados objetivos que pudessem, de fato, mensurar ou atestar as determinantes desse desenvolvimento. Foi nesse contexto que se iniciou a Pesquisa Setorial Latitude sobre o mercado de arte contemporânea no Brasil, sob coordenação desta autora até a sua quarta edição, publicada em 2015. Parte de um projeto mais amplo de profissionalização e internacionalização do setor, a pesquisa foi encomendada pela Associação Brasileira de Arte Contemporânea (ABACT)[9] no âmbito do Projeto Latitude, uma parceria entre a entidade e a Apex-Brasil, visando a internacionalização do mercado primário de arte contemporânea. A Pesquisa Setorial Latitude é aplicada sobre o universo das galerias associadas à ABACT e reúne informações a respeito do perfil e da escala das galerias, seu modus operandi, indicadores de crescimento e a inserção internacional das galerias e artistas representados. Mesmo restrita a um universo específico, seu conteúdo permite entender melhor como funciona o segmento do mercado que trabalha com os artistas em atividade e também, em certa medida, como o mercado se relaciona com outras instâncias do sistema, em particular com os artistas e as instituições, sobre os quais não existem pesquisas equivalentes[10], razão pela qual se tornou uma referência importante para pesquisadores, além dos profissionais que atuam do setor.

9 A ABACT é uma entidade sem fins lucrativos que foi fundada em 2007 por oito galerias do mercado primário com a missão de promover o intercâmbio cultural, profissionalização e desburocratização do mercado de arte contemporânea brasileiro, além de fomentar o diálogo e a educação sobre arte contemporânea no país e valorizar os seus agentes (cf. ABACT, 2011). Atualmente, a associação reúne 47 galerias do mercado primário de arte, representando mais de mil artistas.

10 Em mais de uma ocasião, defendemos a necessidade de outras pesquisas complementares, para abarcassem o mercado secundário e as feiras de arte, pois só assim poderíamos ter uma visão completa do mercado de arte no Brasil. Ver FIALHO, 2013.

Infelizmente, a regularidade da publicação foi interrompida em 2016. A sua última edição, contendo dados de 2017, foi publicada somente em julho de 2019.

O crescimento do mercado e das exportações

Com a pesquisa setorial pode-se atestar um crescimento significativo do volume de negócios gerados pelo setor entre 2010 e 2016 (impulsionado sobretudo pelos colecionadores privados brasileiros, responsáveis por mais de 70% do volume de negócios realizados pelas galerias no período). Entre 2010 e 2013, por exemplo, a taxa média de crescimento das galerias ficou acima de 20% ao ano. Já em 2014, quando o cenário econômico nacional passa a ser menos favorável, mais de metade das galerias pesquisadas afirmou ter aumentado seu volume de negócios em comparação aos anos anteriores, mesma proporção registrada em 2017. Tais dados apontam para uma resiliência do mercado de arte mesmo em contexto econômico adverso. Anos de crescimento contínuo contribuíram para a capitalização das galerias e permitiram que elas investissem no aumento de sua presença no mercado internacional, investimento esse que vem dando resultados: os negócios internacionais cresceram em volume, houve uma diversificação dos países de destino das vendas e também das instituições internacionais que adquiriram obras das galerias brasileiras. Os dados disponíveis sobre as exportações indicam um aumento significativo de 2014 para 2015, passando de US$ 34 milhões para US$ 67 milhões em 2015, patamar esse que foi mantido desde então.

A partir das informações apresentadas pelas últimas pesquisas setoriais, percebe-se que, apesar das dificuldades causadas pela instabilidade político-institucional e pela retração econômica do país, o mercado primário de arte tem apostado cada vez mais na expansão de suas atividades no mercado internacional. Para tanto, muitas delas têm se dedicado à promoção de artistas já consolidados no campo artístico em detrimento de artistas estreantes, situação que pode ter implicações sérias para a capacidade de renovação do sistema de arte contemporânea brasileira.

Internacionalização: estratégias e objetivos

Para as galerias do mercado primário, a participação em feiras, o estabelecimento de relações com instituições internacionais e de parcerias com galerias no exterior e a representação de artistas internacionais são apontadas como as suas principais estratégias de internacionalização.

Entre os objetivos da internacionalização, a ampliação do mercado e a promoção da arte brasileira no exterior são os mais citados, embora a busca por reconhecimento e posicionamento da própria galeria seja um objetivo que não deva ser negligenciado, mesmo não sendo explicitado com frequência.

A representação de artistas brasileiros e estrangeiros

A internacionalização, como já observamos em outro momento, é uma via de mão dupla. A promoção de artistas brasileiros no exterior depende da capacidade de criar diálogos num contexto internacional e estabelecer parcerias com outras galerias, num esforço conjunto para a promoção de determinados artistas. A representação de artistas estrangeiros, no entanto, não é tão recorrente entre as galerias brasileiras. Segundo os dados da Pesquisa Setorial, o índice de artistas estrangeiros representados oscilou entre 20%, em 2012 e 17%, em 2017. Uma maior presença das galerias brasileiras no mercado internacional nos últimos anos não ampliou a representação de artistas estrangeiros no mercado nacional, ao contrário, os dados mais recentes apontam para um índice menor.

Vários fatores contribuem para isso: o colecionismo no Brasil ainda é fortemente voltado aos artistas nacionais, e são as vendas para o mercado nacional, ancorada nos colecionadores privados brasileiros, as que maior impacto têm no volume de negócios das galerias. Além disso, os obstáculos à importação de obras de arte no país são também determinantes relevantes para esse índice se manter relativamente baixo. As galerias que trabalham com artistas estrangeiros por vezes driblam esse obstáculo trazendo os artistas para que produzam no Brasil, mas isso nem sempre é viável ou desejável. Cabe ressaltar que, para as galerias que têm maior grau de internacionalização, o percentual de artistas estrangeiros representados tende a ser mais elevado, chegando a mais de 40% para galerias como Luisa Strina, Fortes D'Aloia e Gabriel e Mendes Wood DM, por exemplo.

As parcerias com galerias no exterior

A internacionalização também passa pela capacidade de se estabelecer parcerias com outras galerias no exterior, para somar esforços na promoção de artistas e ter acesso a novos mercados e colecionadores. As parcerias mais tradicionais dizem respeito ao compartilhamento de artistas, mas podem ocorrer também para dividir o custo de um estande em feira, realizar uma publicação, apoiar uma exposição institucional, hospedar ou ser hospedado por outra galeria com um programa/conteúdo próprio.

Os dados da Pesquisa Setorial confirmam a crescente busca de parcerias pelas galerias brasileiras. O percentual de galerias que estabeleceram parcerias com galerias no exterior cresceu de 29% em 2014, para 39% em 2015, quando foram estabelecidas 22 novas parcerias, a maior parte delas com galerias nos Estados Unidos (9) e Reino Unido (6), mas também com a Alemanha, Emirados Árabes Unidos, Espanha, França e Portugal. Em 2017, 42% das galerias pesquisadas informaram ter realizados novas parcerias com galerias no Brasil e no exterior, e indicaram São Paulo,

Nova York, Londres e Rio de Janeiro como os principais destinos das parcerias realizadas. No exterior, citaram ainda Bruxelas, Paris, San Geminiano, Antuérpia, Berlim, Havana, Lisboa, Los Angeles, Pequim, Porto, Roma e Tóquio, evidenciando uma grande diversidade de mercados em que se inserem dessa forma.

Condo[11] – um exemplo de projeto colaborativo

Condo é um projeto que incentiva a colaboração entre galerias de diferentes territórios e que tem sido muito bem-sucedido, com um número crescente de participantes e destinos a cada edição. Iniciado em Londres, em 2016, ele se diferencia por gerar um momentum na cidade onde ocorre, quando um grupo de galerias locais hospeda galerias estrangeiras, de forma coordenada e com estratégias de comunicação próprias, de forma a ampliar a visibilidade e criar oportunidades de vendas para as galerias envolvidas. Ele permite às galerias de fora terem uma experiência num prazo estendido, cerca de um mês, no mercado de destino. Além de Londres, Cidade do México, Atenas, Shangai, Nova York e São Paulo fazem parte do circuito. No Brasil, a representante do projeto é a galerista Jaqueline Martins. Na primeira edição brasileira, em 2018, ela não logrou engajar outras galerias de São Paulo[12] e acabou recebendo em seu espaço sete galerias estrangeiras: Carlos/Ishikawa (Londres), Grey Noise (Dubai), Kow (Berlim), Nuno Centeno (Porto), Pm8 (Vigo), Proyectos Ultravioleta (Cidade da Guatelama) e Simon Preston (Nova York). Na segunda edição em São Paulo, realizada no mês de abril de 2019 (coincidindo em parte com a SP-Arte), o projeto envolveu nove galerias de São Paulo e vinte galerias do exterior[13].

Mercado Nacional x Mercado Internacional

De 2011 a 2014, o percentual médio de vendas realizadas para o mercado internacional sobre o total das vendas das galerias não apresentou variação, ficando entre 14% e 15%. Houve um aumento significativo das exportações, mas foi acompanhado de um crescimento das vendas para o

11 Criado por Vanessa Carlos, sócia da galeria londrina Carlos/Ishikawa, "Condo, que toma seu nome de *condominium*, é uma exposição colaborativa em larga escala de galerias internacionais. As galerias anfitriãs compartilham seus espaços com as visitantes – seja coorganizando uma exposição, seja dividindo suas galerias e alocando espaços. A iniciativa encoraja a reavaliação dos modelos existentes, reunindo recursos e atuando em comunidade para propor um ambiente mais propício à internacionalização das exposições experimentais em galerias". ("Info" do projeto em: http://condocomplex.org/).

12 Caberia indagar sobre as razões da falta de disponibilidade das galerias brasileiras em receber galerias do exterior em seus espaços.

13 A programação completa da edição 2019 em SP pode ser visualizada no site: <http://www.condocomplex.org/saopaulo/>

mercado interno, e a proporção se manteve. Isso mudou a em 2015, quando esse percentual passou a 20%, voltando a um percentual próximo da série histórica em 2017: 16,35%.

Importante observar que esse é o percentual médio, mas para metade das galerias respondentes, esse percentual chega a 20%, e para um grupo menor (oito galerias), a 40%.

A série histórica da pesquisa indica que a cada ano as galerias vendem para mais de vinte países. Em 2017, foram citados 22 destinos, sempre com destaque para os Estados Unidos, o principal mercado das vendas internacionais feitas pelas galerias brasileiras. Outros destinos que aparecem de forma recorrente são Reino Unido, Espanha, França, Suíça e Colômbia.

As vendas para instituições internacionais

Embora o peso das vendas para colecionadores privados seja prevalente, tanto no Brasil quanto no exterior, as vendas institucionais são importantes para as galerias pela visibilidade e reconhecimento que proporcionam aos artistas adquiridos (impactando também na reputação e status que as galerias têm no circuito). Com base na série história da pesquisa, é possível identificar mais de 140 instituições ao redor do mundo que colecionam artistas representados pelas galerias brasileiras. O acesso das galerias a essas instituições também tem crescido.

Em 2014, 21% das galerias pesquisadas informaram a venda de 114 obras para 24 instituições internacionais.

Em 2017, 29% das galerias informaram ter realizado vendas de 80 obras para 30 instituições.

A maioria dessas instituições está localizada na Europa e nos Estados Unidos, principais destinos das vendas internacionais desde que iniciamos o monitoramento dos dados, mas nem todas as galerias respondem regularmente a essa questão; acreditamos que a expansão e diversificação das instituições que colecionam os artistas representados pelas galerias brasileiras é um processo em andamento e certamente mais abrangente do que a pesquisa setorial logra captar.

Além das vendas para instituições, as galerias também têm um papel importante no apoio à participação dos artistas que representam em exposições institucionais no exterior.

Apoio aos artistas que participam de eventos no exterior

O percentual de galerias que apoiam a participação de seus artistas em eventos internacionais tem crescido também: 51% das galerias

pesquisadas em 2017, contra 43% em 2015 e 37,5% em 2014. Em 2017, a maior parte dos eventos apoiados ocorreram nos Estados Unidos, mas é interessante ver a diversidade dos países onde se realizaram exposições apoiadas pelas galerias brasileiras: França, Espanha, Inglaterra, Alemanha, Colômbia, México, Portugal, Reino Unido, Argentina, Holanda, Itália, Japão, Rússia, Bélgica, Canadá, Chile, Índia, Indonésia, Peru.

Em 2015 foram citados: Estados Unidos, Reino Unido, França, Espanha, Suíça, Colômbia, Portugal, México, Venezuela, Alemanha, Argentina, Austrália, Bélgica, Canadá, China, Coreia do Sul, Emirados Árabes Unidos, Holanda, Hong Kong, Itália, Líbano, Panamá, Peru, Filipinas, Singapura, Turquia.

As feiras internacionais

Outra forma de se avaliar o grau de internacionalização de uma galeria é quantificando sua participação em feiras internacionais. Assim como no circuito das bienais, o circuito das feiras é altamente hierarquizado, sendo a feira Art Basel, realizada na Basileia, a mais prestigiosa entre elas.

A participação de galerias brasileiras em feiras internacionais cresceu muito na última década, e hoje a presença brasileira nas mais importantes feiras internacionais está consolidada. Na Art Basel, a presença brasileira cresceu ao longo dos anos 2000. Se em 1999 eram duas galerias participantes, em 2019 foram seis.

O mesmo ocorre nas filiais da Basel em Miami e Hong Kong, onde o Brasil também tem presença consolidada. A Art Basel Miami em 2018, por exemplo, contou com a participação de dezesseis galerias brasileiras.

Segundo a pesquisa setorial, as galerias participam de 4,2 feiras por ano, em média, havendo uma grande variação, desde galerias que participam de uma a duas feiras internacionais ao ano, e galerias maiores e mais internacionalizadas que chegam a participar de mais de dez feiras ao ano.

Os comitês de seleção das feiras internacionais

Outro indício de reconhecimento e importância dos agentes no mercado é a participação nos comitês de seleção das feiras mais importantes. Fazer parte do pequeno grupo que avalia e valida a participação dos pares nas principais plataformas de vendas é um indício incontestável de poder e prestígio no mercado internacional. Atualmente temos galeristas brasileiros nos comitês das mais importantes feiras internacionais: Márcio Botner, da Gentil Carioca, faz parte do comitê de seleção da Art Basel Miami; Daniel Roesler, da Galeria Nara Roesler, faz parte do comitê de seleção da The Armory Show; Márcia Fortes, da Fortes D'Aloia & Gabriel, da Frieze

Londres; Matthew Wood, da Mendes Wood DM, da Frieze Nova York e da Art Brussels. Luciana Brito, de 2008 a 2017, integra o comitê de seleção da ARCOmadrid e, de 2009 a 2014, do The Armory Show.

O modelo de funcionamento das feiras de arte vem sendo recentemente questionado, mas sua importância para os negócios das galerias é ainda essencial. Para as galerias que participam do mercado internacional, as feiras representam quase 50% do seu volume de negócios anual, mas o acesso às principais feiras é difícil e altamente competitivo, os comitês de seleção são pequenos e bastante rigorosos, portanto fazer parte desses grupos seletos e poderosos é, em si, um sinal de alta distinção no mercado internacional, além de dar acesso a uma rede de contatos que contribui para os negócios realizados pelas galerias ao longo de todo o ano.

***

Outros dados

Uma recente publicação do site Artsy[14]– "The Most in-Demand Artists at Art Fairs in the First Half of 2019" (SUTTON, 2019)–, traz, além do ranking de artistas que mais despertaram interesse no primeiro semestre do ano, outras informações relevantes sobre algumas tendências do mercado internacional.

A pesquisa se baseia em dados captados na plataforma que hospeda os estandes virtuais das galerias que participaram de 45 feiras no primeiro semestre de 2019, a partir das informações inseridas pelas galerias e da interação de colecionadores com a plataforma. O universo analisado contempla 2,3 mil estandes, 1,8 mil galerias, 35 mil obras e 8 mil artistas.

Alguns dados apresentados apenas confirmam outros estudos existentes sobre o mercado global, altamente concentrado nos Estados Unidos (onde estão baseados metade dos colecionadores, 40% das galerias, 20,1% dos artistas inseridos e 33% das manifestações de interesse mapeadas), e em alguns países europeus, mas outros são mais instigantes, e permitem relacionar o interesse por determinados artistas a exposições institucionais e popularidade nas mídias sociais, bem como indagar sobre a relação entre o mercado e algumas tendências observadas no campo curatorial, como questões de

14 O site Artsy é um dos novos e influentes agentes do mercado internacional; uma plataforma digital de promoção, comercialização e veiculação de conteúdo editorial, com presença crescente de galerias de todos os continentes e com mailing de colecionadores e profissionais que atuam no mercado. Em parceria com as feiras internacionais, Artsy oferece uma plataforma temporária onde são apresentados estandes virtuais das galerias participantes, ampliando sua visibilidade, alcance, e possibilidades de vendas.

gênero[15] e origem étnica. Essas questões poderão ter um impacto na inserção da arte brasileira e nas estratégias das galerias no mercado internacional, mas seria necessária uma pesquisa mais aprofundada para tecermos algumas conclusões. Por essa razão, aqui nos ateremos apenas aos dados que dizem respeito ao interesse pela arte brasileira e à presença relevante de galerias brasileiras no mercado internacional, mesmo que no ranking geral dos artistas que despertam mais interesse o Brasil nem sequer apareça.

> Entre as obras disponíveis na plataforma, 20,1% eram de artistas nascidos nos Estados Unido, muito mais do que qualquer outra nacionalidade. Artistas britânicos formam o segundo grupo mais representativo, com 6,1%, seguidos pelos franceses com 4,11% e alemães 3.9%, respectivamente. Artistas brasileiros são os melhores representados, em termos de oferta, entre todos os artistas fora da Europa e América do Norte, representado 2,9% de todas as obras disponíveis na plataforma da Artsy para as feiras no período. Mais de um terço (33,9%) das consultas foram feitas a respeito de artistas norte-americanos (SUTTON, 2019).

Demandas de trabalhos a artistas britânicos, alemães, espanhóis e japoneses também foram destacadas pelo estudo.

A presença de um percentual significativo de artistas brasileiros disponíveis na plataforma se relaciona com a forte presença de galerias brasileiras nas feiras internacionais. Nesse sentido, tanto pela presença das galerias quanto dos artistas mapeados na plataforma, fora do *mainstream*, ou seja, fora da América do Norte e da Europa, o Brasil é o país que mais se destaca. O estudo ainda aponta que a galeria Mendes Wood DM está entre as vinte galerias que mais tiveram participação em feiras no primeiro semestre de 2019.

Galerias brasileiras com sede no exterior – um novo passo para a internacionalização

Um movimento bastante recente e inédito no mercado brasileiro tem sido observado a partir de 2015: a abertura de filiais de galerias brasileiras no exterior. As galerias precursoras foram Nara Roesler e Mendes Wood DM, que se instalaram em Nova York em 2015 e 2016. A seguir, Luciana Brito abriu uma sede temporária na cidade, entre setembro de

15 O estudo indica, por exemplo, que apenas 26,1% dos trabalhos inseridos na plataforma eram de mulheres, e 20,5% das manifestações de interesse foram por obras de artistas mulheres; elas estão pouquíssimo representadas nos rankings de artistas mais procurados, sejam *Blue chips*, estabelecidos ou emergentes, embora a primeira posição entre todas as manifestações de interesse tenha sido por Yayoi Kusama. Entre os artistas latino-americanos mais demandados, foram citados Carlos Cruz-Díez e Julio le Parc entre os artistas estabelecidos, e Jesús Rafael Soto e Fernando Botero, entre os aristas *Blue Chip*.

2017 e 2018. Também nos Estados Unidos, mas em Miami, a galeria Murilo Castro inaugurou nova sede em dezembro de 2018. Na Europa, Mendes Wood abriu sua segunda filial em Bruxelas em 2017, Fortes D'Aloia & Gabriel abriu escritório em Lisboa em 2018, e a galeria Kogan Amaro inaugurou filial em Zurique em maio de 2019.

O perfil das galerias difere bastante, mas a maioria delas – Fortes D'Aloia & Gabriel, Luciana Brito, Mendes Wood DM e Nara Roesler – são empresas com uma trajetória bastante consolidada no mercado nacional e internacional, têm uma base relevante de contatos e clientes nos mercados de destino, parcerias com outras galerias no exterior, representam artistas estrangeiros e compõem os comitês de seleção das mais importantes feiras internacionais. As galerias Murilo Castro e Kogan Amaro têm um percurso internacional mais recente, mas ainda assim parecem ter objetivos e estratégias bastante claros de inserção nos mercados onde acabam de chegar.

Assim como em relação ao processo de internacionalização num sentido mais amplo, a expansão de galerias brasileiras em mercados internacionais deve ser entendida num contexto mais amplo, relacionado tanto a macrodeterminantes econômicas e normativas quanto a dinâmicas próprias do campo da arte no plano nacional e internacional.

No mercado internacional, há cerca de dez anos passamos a observar um crescente número de galerias[16], em geral de origem europeia e norte-americana e com trajetórias internacionais consolidadas, abrindo filiais em diferentes territórios, algumas passando a operar efetivamente em escala global, tendo como pano de fundo a crise econômica desencadeada nos Estados Unidos em 2008 e a recessão europeia.

No mesmo período, na Ásia, começam a despontar novos e importantes *players* e um potente mercado de arte se desenvolveu rapidamente, impulsionado por colecionadores com altíssimo poder aquisitivo, pela multiplicação de museus e instituições, políticas públicas favoráveis ao desenvolvimento dos setores da economia criativa e o estabelecimento de uma feira com a chancela de Art Basel em Hong Kong[17], atraindo agentes de outros mercados, inclusive do Brasil, em busca de oportunidades.

16 Um levantamento que realizamos das galerias que participarão da sessão principal da próxima edição da Frieze London indica que, dentre as 165 galerias, 63 têm mais de uma sede, e dessas, apenas cinco são latino-americanas (Fortes D'Aloia & Gabriel, São Paulo–Rio de Janeiro–Lisboa; Mendes Wood DM, São Paulo–Nova York–Bruxelas; Nara Roesler, São Paulo–Rio de Janeiro–Nova York; Travesía 5, Madri–Guadalajara; Revolver, Lima–Buenos Aires).

17 A presença brasileira se observa desde 2011, quando a Mendes Wood DM participou da Art Hong Kong pela primeira vez. A feira foi adquirida pela Art Basel, e em 2012, já sob o *label* Art Basel Hong Kong, participaram Mendes Wood DM, Nara Roesler e Casa Triângulo. Em 2019, participaram as galerias Bergamin & Gomide, Fortes D'Aloia & Gabriel, Mendes Wood DM e Nara Roesler.

No contexto brasileiro, a economia nacional estava em expansão, favorecendo o crescimento do mercado de arte[18], uma maior participação de galerias brasileiras no mercado internacional e o consequente aumento do volume das exportações, impulsionados por uma política continuada de incentivo à internacionalização do setor. A busca de oportunidades no mercado internacional por parte das galerias brasileiras ganha novo fôlego a partir de 2015, quando se observa um arrefecimento do ritmo de crescimento do mercado nacional, atrelado a um cenário de instabilidade política e recessão econômica. Importante observar, contudo, que o mercado brasileiro tem demonstrado resiliência mesmo em contexto econômico adverso: se por um lado o ritmo de crescimento diminuiu, por outro, metade das galerias continuaram a registrar aumento no volume de negócios a partir de 2015 (FIALHO, 2015).

O movimento de se instalar em lugares considerados importantes, com um espaço expositivo, exige, além de fôlego financeiro, capacidade gerencial, equipes altamente qualificadas e uma rede de contatos previamente estabelecida. É portanto mais complexa, custosa e arriscada do que estratégias mais tradicionais de internacionalização, como a participação em feiras e o estabelecimento de parcerias com galerias no exterior, e os resultados só podem ser de fato mensurados a médio prazo.

A fim de compreender as motivações, as estratégias, o impacto até o momento e os próximos passos das galerias que abriam sedes no exterior nos últimos quatro anos, realizamos uma série de entrevistas com seus dirigentes. O conteúdo da discussão e os dados qualitativos que apresentarei a seguir permitem, por um lado, entender as especificidades de cada um dos casos e do mercado brasileiro e, por outro, identificar tendências do mercado internacional, onde essas galerias estão inseridas.

Nara Roesler[19]

Pioneira entre as galerias brasileiras, a Nara Roesler abriu um espaço em Nova York em 2015, com o objetivo de ampliar a presença no mercado norte-americano e estreitar os laços com as instituições.

18 Antes da a abertura de sedes no exterior, algumas galerias brasileiras já haviam feito um movimento de ampliar suas operações em outras cidades, durante o período que se observou também a expansão do mercado em vários outros aspectos, como contratação de funcionários, ampliação do espaço expositivo e aumento do volume de negócios: Nara Roesler e Fortes, D'Aloia & Gabriel abriram filiais no Rio de Janeiro, enquanto galerias com sede em outras cidades abriram filiais em São Paulo: Bolsa de Arte, de Porto Alegre; Marcelo Guarnieri, de Ribeirão Preto; SIM, de Curitiba.

19 Realizamos entrevista com o galerista Alexandre Roesler por telefone, em 5 de agosto de 2019. Todas as citações nessa parte do texto se referem a ele, salvo indicação.

O impacto da presença em Nova York de forma contínua trouxe resultados institucionais importantes logo no primeiro ano, com destaque para a exposição dedicada a Julio Le Parc no Pérez Art Museum, em Miami, e para a grande visibilidade alcançada pela exposição dedicada a Abraham Palatnik, na galeria.

Na avaliação de Daniel Roesler, na época, o retorno foi mais rápido do que podiam imaginar:

> O que vem acontecendo com Palatnik é incrível. Estávamos na Frieze, em NY, e recebemos o *Art Newspaper* que circulava durante a feira. Havia um programa do que estava acontecendo nas galerias e, num quadro separado, "Three to See", três para não perder. O primeiro era Abraham Palatnik na Galeria Nara Roesler, NY. O segundo era uma exposição da Hauser & Wirth; o terceiro era outra superexposição. Estava além do nosso sonho. Com poucos meses em NY, a gente está colocado nesse lugar (STRECKER; NORBIATO, 2017).

No segundo ano de atividade, além do retorno institucional, a galeria passou a ser sustentável do ponto de vista comercial e mudou de endereço, passando a funcionar lado a lado das poderosas David Zwirner e Hauser & Wirth.

Na avaliação de Alexandre Roesler, a presença do irmão, Daniel Roesler, em Nova York a partir do segundo ano, foi fundamental para o posicionamento da galeria, evidenciando a importância dada ao trabalho e ao programa que estão desenvolvendo lá.

Nova York é um lugar central, onde se definem as tendências, do ponto de vista artístico e comercial, e isso tem um impacto importante no reconhecimento da galeria no mercado internacional e no desenvolvimento do negócio:

> Estar em Nova York permite acompanhar de perto esses movimentos, o que ajuda a pensar melhor o programa de exposições, e na estratégia da galeria (...) Além disso, a relação de proximidade estabelecida com galerias de peso, como Gagosian, Pace, David Zwirner e Hauser & Wirth, possibilita troca frequente de informações e experiências.

Entre as tendências observadas no campo institucional, Alexandre destaca a busca dos museus por obras que venham a sanar lacunas de suas coleções, no que diz respeito a regiões como América Latina, África e Ásia, e também a questões de gênero e de origem étnica. Ele observa que há um crescente interesse pela arte brasileira e latino-americana: "A gente tem notado, nesse tempo, um interesse muito maior, da comunidade artística, pela arte brasileira e latino-americana, e não só um interesse, mas uma melhor compreensão".

Há uma clara relação entre a tendência observada de maior interesse dos museus em sanar lacunas de suas coleções e o viés curatorial do programa da galeria, distinto do apresentado em São Paulo:

> A programação da sede em Nova York está mais focada, num primeiro momento, em artistas "históricos", com trajetória consolidada, como Paulo Bruscky, Julio Le Parc, Palatnik… ainda que a galeria também tenha feito exposições de artistas contemporâneos como Berna Reale, Cristina Canale e Cao Guimarães. No futuro, a ideia é trabalhar também com artistas norte-americanos, mas, por enquanto, o foco é levar artistas daqui para lá e ampliar sua presença nas coleções institucionais.

Em relação ao mercado, especificamente, Alexandre observa que existe um movimento de concentração, algumas galerias grandes se tornando cada vez maiores, passando a competir com as instituições em termos curatoriais, e pressionando as galerias médias, que perdem espaço, funcionários e artistas, e enfrentam muitas dificuldades para manterem suas atividades, programas e relevância na cena internacional. Outra tendência apontada é que há uma preocupação muito grande em utilizar melhor as redes sociais e a internet para ampliar os negócios das galerias. Novos modelos estão surgindo, plataformas como a Artsy, o uso do Instagram como importante ferramenta de vendas, galerias criando exposições virtuais e canais exclusivos de vendas online:

> … quanto mais experiente o colecionador, mais facilidade ele tem para fazer uma aquisição sem ver a obra pessoalmente. (…) Talvez isso possa no futuro eliminar a necessidade de se participar em tantas feiras e estar em tantos lugares… [mas] tenho certeza que isso não substituiu a importância da relação presencial. O que estamos explorando são outras possibilidades para a ampliação do alcance do programa da galeria.

Nesse sentido, a galeria Nara Roesler fará sua primeira experiência com um *viewing room* na plataforma Artsy, lançado simultaneamente à abertura da exposição de Sérgio Sister na sede de São Paulo em agosto de 2019, com obras distintas da exposição que podem ser acessadas online exclusivamente[20].

Mas é a possibilidade de estreitar relações institucionais, de forma presencial, com mais tempo e fora do ambiente das feiras que é visto como o grande diferencial de se ter uma sede em Nova York: "O fato de estar lá, ter uma presença física, de estar mais próximo, tem melhorado muito as relações institucionais com os museus, seus diretores, curadores e patronos, personagens fundamentais para as aquisições".

20 Disponível em: <https://artsy.net/show/galeria-nara-roesler-sergio-sister-online--exclusive>.

Indagado sobre os próximos passos, Alexandre Roesler informa que esperam ampliar o espaço da galeria em Nova York num horizonte próximo, consolidar a presença nos Estados Unidos, alcançando outras regiões como Chicago e Los Angeles, e, a médio prazo, ampliar a representação de artistas norte-americanos.

Mendes Wood DM[21]

O entendimento de Felipe Dmab é de que a expansão da Mendes Wood DM acompanha um movimento global de galerias, que na última década começaram a trabalhar com mais de uma sede, mas ele destaca o ineditismo da iniciativa no contexto regional: "Nós fomos a primeira galeria da América Latina a abrir operações formais em dois outros continentes".

A abertura de duas sedes no exterior, uma em Nova York, em 2016[22], e outra em Bruxelas, em 2017, permite, segundo ele, manter uma conversa linear com personagens pivotais do sistema e responde a um desejo de levar o programa da galeria para outros territórios, sem depender de terceiros, expandindo diálogos e abrindo novos horizontes para os artistas representados.

O programa da galeria é pensado de forma conjunta para as três sedes, e, num primeiro momento, o desejo é dar visibilidade aos artistas brasileiros: "Principalmente no começo, temos a vontade de mostrar mais brasileiros fora (...), temos a responsabilidade de levar o conteúdo para fora". Mas o programa busca sempre colocar a produção em contexto e em diálogo, afinal, a internacionalização tem que ser uma via de mão dupla: "Não queremos ser exportadores de um produto local, o que buscamos é outro caminho (...) o que estamos fazendo é colocar nosso artista brasileiro, que vemos com relevância, num contexto e apreciação global".

Segundo Dmab,

> nem todos estão dispostos a trabalhar com artistas internacionais no Brasil, pois as condições para isso não são favoráveis. No entanto, se você quer de fato vender arte brasileira no exterior, tem que ser capaz de promover artistas de outros países também. (...)
>
> A Mendes é uma galeria originalmente brasileira, que mostra artistas brasileiros e de outros territórios, e que hoje tem sede em três

21 Entrevistamos o galerista Felipe Dmab, um dos sócios da Mendes Wood DM, atualmente baseado em Bruxelas, por telefone, em 26 de julho de 2019. Todas as citações da seção foram extraídas dessa entrevista.

22 A implantação em Nova York começou com uma parceria com o galerista alemão Michael Weiner, com quem dividiram espaço e programação, mas, segundo Dmab, logo sentiram que havia necessidade de mais espaço para mostrar a programação, portanto buscaram um novo espaço e seguiram de forma independente.

> continentes. (...) Partimos do entendimento de que a arte contemporânea é um assunto global.

Possuir uma base nos Estados Unidos e outra na Europa também facilita a operação da galeria em termos logísticos e de produção. Com obras armazenadas na Europa, por exemplo, diminuem muito os custos de transporte, e lá se tem acesso a materiais de qualidade e ótimos fornecedores de serviços que podem facilitar e baratear o processo de produção dos artistas.

A presença em três continentes permite também uma proximidade maior com a base de colecionadores, que hoje se divide entre Brasil, Estados Unidos, Europa e Ásia[23].

No período de dois anos de operação nos Estados Unidos e Europa, o impacto nas relações institucionais é grande. A possibilidade de manter relações mais estreitas com curadores e diretores de museus, bem como de oferecer uma experiência do programa da galeria em suas sedes, e não só no ambiente das feiras, é transformadora. "A feira é uma ferramenta preciosa, mas não se equipara à experiência que se pode ter na galeria".

A abertura de novas sedes também amplia a possibilidade de trabalhar com outros artistas e gerar outros diálogos. Dmab cita como exemplo a representação da artista Otobong Nkang, nigeriana radicada em Antuérpia, cuja representação foi fechada depois de a galeria implantar sua sede em Bruxelas.

O retorno para os artistas já é evidente, segundo Dmab. Para a galeria, em termos comerciais, é um processo, sobretudo porque boa parte do ganho comercial tem sido reinvestido na empresa e nos artistas. Expandir requer mais energia, mais dinheiro e impõe desafios.

> A expansão traz custos gigantescos, temos que trabalhar mais (...), mas agora temos uma plataforma mais completa e mais eficiente... o desafio é manter o programa brasileiro muito ativo e muito energizado, e todos esses três pontos estruturados e alimentados.

Luciana Brito e Fortes D'Aloia & Gabriel[24]

Para as galerias Luciana Brito e Fortes D'Aloia & Gabriel, o movimento de abrir uma operação em Nova York e Lisboa, respectivamente, se

23 A Mendes Wood DM foi uma das primeiras galerias brasileiras a entrar no mercado asiático, a partir da sua participação na feira Art Basel Hong Kong. Dmab destaca a projeção do artista Lucas Arruda, que deverá ter uma exposição individual em um museu em Shangai neste ano. Segundo ele, a projeção do artista na China começou alguns anos atrás, com a apresentação de seu trabalho na feira de Hong Kong.

24 Entrevistamos as galeristas Luciana Brito e Alessandra D'Aloia, por telefone, em 12 de julho de 2019. Todas as citações a seguir correspondem a essas entrevistas.

deu de forma mais orgânica, em resposta a oportunidades que se apresentaram, e não como consequência de um projeto de expansão territorial e ampliação de mercado, como nos casos anteriores. A ampliação de mercado também motivou ambas as decisões, mas não foi seu ponto de partida.

Luciana Brito recebeu uma proposta de parceria, a oferta de um espaço numa localização e vizinhança que interessavam, e com o prazo determinado de um ano, o que permitiu o planejamento do investimento e programação de forma delimitada e mais tranquila (possibilitando uma experiência sem a pressão de um projeto definitivo). O saldo institucional e comercial foi avaliado positivamente, e ela destaca a excelente recepção da exposição de abertura, dedicada ao grupo Ruptura. O aprendizado também foi um ponto positivo da experiência: "Realmente percebi que Nova York é o lugar mais profissionalizado do mercado de arte mundial… é duro, custa caro, mas, se você trabalha, tem resultado". No entanto, Luciana Brito não pretende repetir ou estender a experiência. Para tanto, precisaria de outro modelo de negócio, de uma parceria, pois a galeria dependente essencialmente de sua presença e proximidade com artistas e colecionadores baseados no Brasil.

Já o projeto do escritório da galeria Fortes D'Aloia & Gabriel em Lisboa surge com o retorno para Portugal de Maria Ana Pimenta, responsável por muitos anos pela área de vendas da galeria em São Paulo. A ideia era manter o vínculo com a colaboradora portuguesa e ter alguém para representar a galeria, oferecendo assistência aos artistas em residência ou em atividade em território europeu. O momento era propício e convergia com a necessidade de se conectar mais com o exterior:

> Portugal tem uma cena cultural forte e se tornou um ponto de encontro e destino para muitos agentes do circuito internacional. Tem também a proximidade cultural e os vínculos já existentes com artistas e colecionadores. (…) Além disso, Portugal está na metade do caminho do Brasil para o Oriente, o que facilita a participação da galeria na feira Art Basel Hong Kong.

No formato em que o projeto se concretizou, de um escritório e não uma galeria, onde se realizam apenas duas exposições por ano, uma aproveitando o período de alto fluxo de *players* durante a ARCOlisboa e outra de acordo com o calendário internacional de exposições, o foco tem se concentrado no fortalecimento das relações com artistas, colecionadores e instituições:

> O mercado não está fácil em lugar nenhum, o momento exige estar com as pessoas, encontrar, receber, fortalecer os vínculos, investir em relações mais duradouras. Apesar da internet, dos deslocamentos, do meu ponto de vista as relações pessoais e a longo prazo são cada vez mais importantes.

Segundo D'Aloia, o retorno institucional é evidente; afinal, os artistas da galeria são muito internacionalizados e têm uma presença institucional forte, e a partir da nova sede é possível acompanhar essa agenda mais de perto. Já o retorno comercial é uma meta de mais longo prazo: "Há muito a ser feito, é um caminho que se constrói reforçando vínculos existentes e estabelecendo relações com novos públicos".

Murilo Castro[25]

A trajetória internacional da galeria Murilo Castro, fundada em Belo Horizonte em 2002, é menos consolidada e mais recente que a das empresas abordadas acima. A galeria participou, de forma intermitente, de algumas feiras internacionais[26], mas foi com o projeto de abertura de sede em Miami que a galeria definiu uma estratégia mais assertiva de internacionalização, motivada pela busca de ampliação do seu mercado de origem e a partir do entendimento sobre a importância de complementar ciclos de negócios.

A opção por Miami veio depois um ano de planejamento e avaliação de outras possibilidades, tanto no Brasil como no exterior. Pesou a favor de Miami a existência de uma rede de amigos colecionadores, o ambiente institucional e a existência de outras galerias com foco em arte latino-americana. O objetivo é promover artistas que têm um grande potencial de valorização e que lá não tinham representação comercial. Nesse sentido, o recorte do time de artistas inclui, num primeiro momento, aqueles que têm uma carreira consolidada no Brasil, representam algum movimento e já têm alguma inserção internacional.

Segundo Murilo Castro, trata-se de uma

> estratégia empresarial de longo prazo, é uma iniciativa que requer investimento, trabalho, posicionamento. Não é uma iniciativa simples nem barata, tem uma audácia, sobretudo no atual contexto brasileiro, e com a desvalorização do real frente ao dólar como está.

A galeria abriu há muito pouco tempo, mas a percepção dos primeiros resultados é positiva, do ponto de vista da visibilidade institucional e também para o processo de inovação e aprendizado:

> Conhecer outros artistas, outros agentes, agrega conhecimento e valor nas decisões que gente toma, isso tem nos permitido conhecer mais o mercado e o trabalho de outras galerias, o que beneficia também a galeria em Belo Horizonte, pois BH não é como São Paulo, que é um *hub* internacional.

25 Entrevistamos Murilo Castro por telefone, em 11 de julho de 2019. As citações a seguir provêm dessa entrevista.

26 ArteBA 2007–2012, ArteBo 2008, ArtDubai 2010, Pinta Londres 2013, Arte Lima 2014, The Solo Project Basel 2014 e Pinta Miami 2018.

A participação de Anna Bella Geiger numa exposição coletiva no Atchugarry Art Center e a venda de uma obra da artista a um membro do *board* do Pérez Art Museum são alguns dos primeiros resultados obtidos, segundo Castro.

> O que percebo é que a arte brasileira é muito potente, tem muita inteligência (…), tem um currículo internacional; mas, por mais que os artistas tenham circulação internacional, existe um grande potencial internacional ainda a ser trabalhado. Anna Bella Geiger é um exemplo, é uma artista conhecida, mas sua obra foi pouco mostrada lá fora até agora.

Kogan Amaro[27]

Novata não somente no mercado internacional mas também no Brasil, a galeria Kogan Amaro[28] abriu, em maio de 2019, uma sede em Zurique, num complexo cultural que abriga instituições importantes como a Kunsthalle Zürich, o Migros Museum, e a LUMA Foundation, além de galerias como Hauser & Wirth e Barbara Seiler.

O entendimento do mercado da arte como um mercado global e a busca de novas fontes de receita motivaram a expansão da galeria, segundo Marcos Amaro:

> Comecei a sentir necessidade de extrapolar fronteiras e ter outras fontes de receita que não dependam do Brasil. A verdade é que a economia ainda não se recuperou e o mercado hoje funciona assim: os clientes compram uma obra no [site] Artsy que está numa feira na China, de uma galeria do México que vai te entregar em Nova York (SOMBINI; LONGMAN, 2019).

O objetivo é também contribuir para a internacionalização e o melhor posicionamento da arte brasileira no circuito internacional. A estratégia, nesse sentido, é trabalhar com artistas brasileiros renomados, e não só os artistas representados pela galeria em São Paulo. Nuno Ramos, que é

27 Realizamos entrevista com o galerista Marcos Amaro via WhatsApp, em 19 de julho de 2019. As citações se referem a essa entrevista, salvo se indicado de outra forma.

28 A galeria pertence a Marcos Amaro, artista, colecionador, mecenas, empresário, herdeiro de Rolin Amaro, ex-presidente da companhia aérea TAM, que em 2017 adquiriu a galeria Emma Thomas, rebatizada Kogan Amaro em 2019, em sociedade com a esposa, a pianista russa Ksenia Kogan. Escapa ao escopo deste artigo, mas o perfil de Amaro aponta para uma questão delicada e recorrente: agentes cujos papeis muitas vezes se misturam no sistema das artes. Marcos Amaro tem também um projeto institucional, a Fundação Marcos Amaro, sediada em Itu, onde abriga suas obras e sua coleção, realiza exposições, residências, publicações, apoia outros projetos institucionais e, desde 2017, oferece um prêmio de arte contemporânea em parceria com a SP-Arte (Ivan Grilo, Brígida Baltar e Marcelo Moschetta foram os artistas contemplados nas primeiras edições) .

representado pelas galerias Fortes D'Aloia & Gabriel e Anita Schwartz, foi o artista escolhido para a exposição de inauguração da Kogan Amaro em Zurique. "Apresentar o que há de melhor da arte brasileira para o mundo posiciona a nossa galeria a nível internacional." A ideia é também criar diálogos históricos, propiciando um contexto favorável para alavancar artistas contemporâneos e também a reputação da galeria: a próxima exposição, "A visita de Max Bill", programada para agosto de 2019, apresentará Fernanda Figueiredo, artista brasileira radicada em Berlim, e alguns artistas concretos, "justamente para poder valorizar ainda mais o concretismo fora do Brasil e reforçar o nosso compromisso com a arte contemporânea".

Ainda é muito cedo para avaliar o possível retorno em termos comerciais, mas a meta é que a galeria se torne comercialmente viável no prazo de dois anos. O retorno institucional e de posicionamento da galeria no cenário internacional já pode ser avaliado positivamente, segundo Amaro. Para uma galeria iniciante, sem histórico internacional, mas com alta capacidade de investimento, a aproximação com agentes que já gozam de um alto reconhecimento no circuito internacional é importante. Nesse sentido, a escolha da localização e da vizinhança foi uma estratégia-chave: "Dividimos o espaço com importantes *players*, como a LUMA Foundation e a galeria Hauser & Wirth, isso nos coloca numa posição de destaque internacional".

Como se pode observar, as motivações, estratégias e formas de funcionamento das galerias brasileiras que abriram sede no exterior diferem. No entanto, há também questões convergentes que apontam algumas tendências do atual funcionamento das galerias brasileiras e do mercado de forma mais ampla.

As feiras de arte continuam a ser consideradas plataformas fundamentais para a atuação das galerias no mercado internacional, mas há um entendimento compartilhado de que é preciso aprofundar as relações com instituições e colecionadores, e para isso é necessário mais tempo, maior proximidade e frequência. As parcerias com galerias e instituições estrangeiras, a participação em projetos como o Condo, o aluguel de espaços temporários, mas que permitem uma permanência em determinado território por um maior período, aparecem como estratégias importantes para as galerias em busca de maior internacionalização. Talvez o crescimento da importância de plataformas digitais de promoção e comercialização também venha a ter um impacto no atual modelo de negócios a médio prazo. Por outro lado, é interessante observar a importância atribuída pelos agentes do mercado aos encontros e às relações com mais proximidade e continuidade. A abertura de uma sede no exterior é mais uma etapa desse complexo processo, só acessível àquelas que detêm o capital simbólico e econômico necessários.

A possibilidade de estreitar laços com instituições e colecionadores, assim como acompanhar mais de perto os artistas representados em atividades desenvolvidas na região onde se instalaram, é uma razão central para as galerias que passaram a operar em outros territórios.

Manter uma sede no exterior também traz ganhos do ponto de vista da gestão do negócio, permitindo a troca de informações e experiências e o acompanhamento das tendências que ditam os movimentos do mercado internacional. A localização e a proximidade de outros agentes relevantes da cena internacional também são elementos importantes considerados pelas galerias, e que afetam a percepção e a visibilidade que buscam nos novos mercados.

O Brasil tem custos operacionais e logísticos altos e está longe do eixo central do mercado internacional. Abrir uma sede no exterior tem, portanto, um componente relacionado à gestão logística, relevante para as galerias que participam de muitos eventos e têm um maior número de artistas residentes e/ou com alta atividade no exterior.

Por fim, embora algumas das galerias representem também um número significativo de artistas estrangeiros, a valorização da produção brasileira tem sido o foco central das atividades desenvolvidas em suas filiais no exterior até o momento.

***

CONCLUSÕES

"O Brasil tem um caráter insular, é longe, é caro, e o mundo globalizado tem suas limitações" (Felipe Dmab, Galeria Mendes Wood DM).

De fato, o mundo da arte contemporânea é global e desigual, e o seu centro de poder permanece localizado no eixo Estados Unidos-Europa, onde se constroem e negociam os mais altos valores da arte contemporânea internacional. Não obstante, alguns agentes do eixo central e de sistemas satélites passam a expandir sua atuação e conquistar novos territórios, o que se intensifica a partir de meados dos anos 2000. Desde então, sistemas da arte situados em outros continentes – Ásia, América do Sul, Oriente Médio e, mais recentemente, África – começaram a ganhar visibilidade e relevância, embora o peso e o alcance internacional que têm possa diferir. Nesse contexto altamente competitivo e hierarquizado, o Brasil vem disputando e conquistando um lugar de destaque.

Contribuiu para tal posicionamento o fato de o sistema da arte no Brasil ter vivenciado um período de grande dinamismo e expansão entre 2005 e 2015, quando, num contexto economicamente favorável, multiplicaram-se

iniciativas voltadas à arte contemporânea: novos museus, exposições, espaços independentes, residências, publicações, galerias, feiras de arte surgem no período, quando também agentes do circuito internacional se fizeram mais presentes no Brasil e agentes do circuito nacional passaram a circular mais internacionalmente, estabelecendo novos diálogos, intercâmbios, parcerias, projetos, cujos desdobramentos se observam ainda hoje. O atual contexto brasileiro já não é tão favorável, e a internacionalização pode ser também uma alternativa às adversidades enfrentadas pelo campo cultural.

No exterior, a visibilidade e o reconhecimento alcançados por artistas brasileiros de diferentes gerações são atestados por sua participação num crescente número de exposições, publicações, residências, e também pela inserção de sua produção em coleções institucionais.

Tal reconhecimento está vinculado à atuação das galerias brasileiras no mercado internacional. A crescente participação das galerias em feiras, a realização de parcerias com galerias e instituições no exterior e o apoio à participação de artistas representados em exposições têm resultado no aumento das vendas para o mercado internacional e na entrada de obras de artistas representados por essas galerias para coleções públicas e privadas, aumentando seu valor simbólico e ampliando o interesse por essa produção, o que se traduz em mais exposições, publicações, aquisições e assim por diante.

A capacidade das galerias de acessarem as feiras mais importantes e de estabelecerem alianças com outras galerias e instituições relevantes depende do reconhecimento que têm no circuito internacional. O que buscamos demonstrar neste artigo é que algumas galerias e galeristas brasileiros já conquistaram uma posição de destaque no mercado internacional, e continuam trabalhando pelo aumento do seu capital simbólico e econômico, e muitas outras estão num processo de internacionalização e disputa por melhor posicionamento. Esse posicionamento permite que elas participem, em certa medida, da disputa pela construção dos valores da arte contemporânea no âmbito internacional, contribuindo para o reconhecimento da produção artística brasileira num contexto mais amplo.

Os dados quantitativos apresentados, assim como a percepção dos agentes captada por meio de entrevistas, apontam para um maior interesse pela arte brasileira e latino-americana.

A busca por parte de instituições de referência por sanar lacunas históricas, ampliar e diversificar as narrativas a partir do modernismo, na

esteira de um discurso sobre a necessidade de se decolonizar[29] as instituições, pode representar uma nova etapa do processo de revisão do mapa da arte contemporânea internacional e uma boa oportunidade para que mais artistas conquistem visibilidade, reconhecimento e valor de mercado no plano internacional. Mas também há um risco de que tais produções apenas alimentem uma renovação controlada da oferta e que sejam apresentadas de forma pontual, superficial, simplificada, descontextualizada, exotizada[30].

Para que o Brasil possa de fato participar do diálogo internacional e do processo de construção e a revisão dos valores artísticos, no plano simbólico e econômico, e para que a produção brasileira alcance reconhecimento e não só visibilidade, é necessário que o sistema da arte e todas as suas instâncias e agentes participem do processo de internacionalização, compreendidas as dinâmicas de funcionamento no território nacional e a circulação internacional de seus agentes. É muito importante que os agentes que atuam na esfera institucional e de construção do pensamento crítico – curadores, pesquisadores, críticos, historiadores da arte, jornalistas, diretores de instituições –, que em sua grande maioria têm um grau muito incipiente de internacionalização, possam estabelecer diálogos com seu pares, participem de projetos curatoriais e da construção de narrativas no âmbito internacional.

A ausência de políticas públicas, em termos de programa, investimento e adequação normativa, voltadas à internacionalização do sistema da arte como um todo é uma realidade quase incontornável no atual contexto político e econômico brasileiro, o que demanda um maior engajamento dos agentes com maior capital simbólico e econômico, para que se possa fomentar e fortalecer todas as suas instâncias, de forma que o processo de internacionalização seja de fato uma via de mão dupla.

> No atual cenário, nós, galeristas e colecionadores, teremos que nos posicionar e assumir uma maior responsabilidade frente a nossos artistas, fomentando a produção e assegurando a sustentabilidade do sistema de forma mais ampla. (MARTINS, 2019, informação oral[31]).

A fala da galerista Jaqueline Martins encontra ressonância no

29 A discussão sobre práticas e discursos decoloniais é complexa e recente, e mereceria um artigo à parte. Aqui, interessa observar a relação e o possível impacto de tal movimento verificado na esfera institucional sobre o mercado. Sobre a diferença entre descolizar de decolonizar, ver entrevista com Luciana Ballestrin (GALLAS; MACHADO, 2013). Sobre como o tema vem sendo tratado no Masp e nos museus pelo mundo, ver dossiê no jornal *Nexo* (DOMINGOS DE LIMA, 2019).

30 Já discuti anteriormente tais riscos na recepção da produção brasileira no exterior. Ver FIALHO, 2005.

31 Conversa informal com Jaqueline Martins, realizada em 20 de março de 2019.

posicionamento de Pedro Barbosa, colecionador que tem se dedicado a apoiar artistas, pesquisas, espaços independentes, preservação de documentação e arquivos. "Se não investirmos em espaços, pesquisas e práticas experimentais, e se não cuidarmos da documentação e dos arquivos, como, onde e que artistas colecionaremos no futuro?" (BARBOSA, 2019, informação oral[32]).

Ele também fomenta iniciativas de instituições no exterior, mas exige contrapartidas, como no caso de uma instituição francesa que pediu ajuda para a realização de uma exposição, obtida em troca de uma residência oferecida para um artista brasileiro.

Demonstrações como essa, de consciência sobre as fragilidades de nosso sistema da arte e de comprometimento com o seu desenvolvimento, não são tão frequentes, mas apontam para um caminho possível para enfrentar o atual cenário, bastante sombrio.

Resta-nos esperar que os demais agentes do mercado entendam a dimensão cultural de suas escolhas e que seu crescimento e internacionalização possam ter um impacto positivo nas demais esferas do sistema, que não dispõem das mesmas condições e recursos.

REFERÊNCIAS

ABACT – Associação Brasileira de Arte Contemporânea (site). "Missão". 2011. Disponível em: <http://abact.com.br/abact-missao/>. Acesso em: 22 ago. 2019.

BONGARD, Willy. "Zu Fragen des Geschmacks in der Rezeption bildender Kunst der Gegenwart" [Sobre as questões do gosto na recepção das artes visuais contemporâneas]. *Künstler und Gesellschaft*, Köln, n. 17 (edição especial), p. 252, 1974.

DOMINGOS DE LIMA, Juliana. "Arte e descolonização no Masp". *Nexo* - Expresso. São Paulo, 24 maio 2019. Disponível em: <https://nexojornal.com.br/expresso/2019/05/24/Arte-e-descolonização-no-Masp.-E-o-tema-em-museus-pelo-mundo>. Acesso em: 22 ago. 2019.

FIALHO, Ana Letícia. "As exposições internacionais de arte brasileira: discursos, práticas e interesses em jogo". *Sociedade e Estado*, Brasília, v. 20, n. 3, pp. 689-713, set.dez. 2005. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/S0102-69922005000300008>. Acesso em: 22 ago. 2019.

_____. "As pesquisas e suas lacunas. Os limites dos relatórios sobre o mercado de arte brasileiro". *seLecT*. São Paulo, ano 3, n. 14, pp. 44-6, out.-nov. 2013.

32 Depoimento de Pedro Barbosa durante o encontro New Trends in Collecting Latin American Art, organizado pelo International Center for the Arts of Americas/Ideas Council, do Museu de Belas Artes de Houston, em São Paulo, em 10 de abril de 2019.

_____ (coord.). *Pesquisa Setorial Latitude 2015:* O mercado de arte contemporânea no Brasil – 4ª edição. São Paulo: ABACT / Apex Brasil, 2015.

FREITAS, Aline; CARBONI, Guilherme (coord.). *Mapa Tributário da Economia Criativa*. Brasília: Ministério da Cultura, Secretaria da Economia Criativa, 2018. Disponível em: <http://cultura.gov.br/wp-content/uploads/2018/12/Mapa_Tributario_da_Economia_Criativa_FINAL.pdf>. Acesso em: 22 ago. 2019.

GALLAS, Luciano; MACHADO, Ricardo. "Para transcender a colonialidade", entrevista com Luciana Ballestrin. *IHU on-line* – Revista do Instituto Humanitas Unisinos. São Leopoldo, n. 431, 4 nov. 2013. Disponível em: <http://ihuonline.unisinos.br/artigo/5258-luciana-ballestrin>. Acesso em: 22 ago. 2019.

MEIO artístico discute seus problemas. *seLecT online*, ed. 39, 3 jul. 2018. Disponível em: <https://select.art.br/meio-artistico-discute-seus-problemas/>. Acesso em: 22 ago. 2019.

MOULIN, Raymonde. *L'Artiste, l'institution et le marché*. Paris: Flammarion, 1997

_____. *Le marché* de *l'art* : mondialisation et nouvelles technologies. Paris: Flammarion, 2000.

QUEMIN, Alain. "L'évolution du marché de l'art : internationalisation croissante et développement de l'art contemporain". In: COUTO, R.(org.). *O valor da arte*. São Paulo: Metalivros, 2014.

SOMBINI, Eduardo; LONGMAN, Gabriela. "Novos colecionadores se desdobram entre papéis de mecenas e donos de museus". *Folha de S.Paulo* (Seminários Folha, Economia da Arte), São Paulo, 25 maio 2019.

STRECKER, Marion; NORBIATO, Luciana P. "Protagonistas do mercado de arte". *seLecT online*. ed. 34, 20 mar. 2017. Disponível em: <https://select.art.br/protagonistas-do-mercado-de-arte/>. Acesso em: 22 ago 2019.

SUTTON, Benjamin. "The Most in-Demand Artists at Art Fairs in the First Half of 2019". Artsy (site), 17 jul. 2019. Disponível em: <https://artsy.net/article/artsy-editorial-in-demand-artists-art-fairs-first-half-2019>. Acesso em: 22 ago. 2019.

TEJO, Cristiana (curadoria e conteúdo). *Guia do artista visual:* inserção e internacionalização. Brasília: Unesco / Ministério da Cultura, 2018. Disponível em: <http://cultura.gov.br/wp-content/uploads/2018/12/Guia-do-Artista-Visual.pdf>. Acesso em: 22 ago. 2019.

VERGER, Annie. "Le champ des avant-gardes". *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, Paris, vol. 88, pp. 2-40, jun. 1991.