Economia da Cultura

Françoise Benhamou

Capítulo 3: “Os mercados de Arte e o Patrimônio”

Amanda Bedra Serratt.

Françoise Benhamou é uma economista, professora e escritora francesa, especialista em economia da cultura, no capítulo 3 de seu livro, a economista aborda três assuntos: Os mercados de arte, os museus e os monumentos históricos.

Na década de 80 houve diversas pesquisas em relação ao fato de que deveria haver ou não uma comparação entre a economia política clássica e a economia da cultura, porque na sua época, Adam Smith comparou a “sua” mão invisível ao martelo do leiloeiro, isto é, a mão invisível é o princípio de que a economia sempre tende a entrar em equilíbrio, seguindo a lei de oferta e demanda, quando um bem tem o preço elevado demais, a demanda por este bem caí, chegando a um novo equilíbrio, Smith explicava isso, dizendo que existia uma “mão invisível” atuando no mercado que sempre o levava a seguir a lei de oferta e demanda e voltar ao equilíbrio. E a comparação de Adam deixou muitos se perguntando se no mercado de arte também havia essa “mão invisível” ou melhor, se “martelo do leiloeiro” é desta forma. Aconteceu muitas investigações no que diz respeito ao mercado de arte mas a demora para responder a questões como se da o preço das obras de artes, era grande.

Já em 1990, o museu de Orsay comprou na Sotheby’s em Nova York, uma tela de Renoir por 3,9 milhões de franco, porém, quatro anos antes, um colecionador havia comprado a mesma pintura, na Christie’s, em Londres, por 10 milhões de francos. Sendo assim, realmente havia esse “martelo do leiloeiro”? Como era determinado o preço das obras de arte? Conforme a escritora, as políticas de aquisições dos museus contribuem para as criações de valores, no entanto os marchands, os críticos, os leiloeiros oficiais, os conservadores de museu, os professores de escolas de arte e os conservadores, intervém toda hora no mercado por várias razões dizendo, “o que é melhor, o que não é tão bonito, o que se destaca...” ou seja, fazendo uma classificação, e quando essa sociedade mais rígida em relação a arte diminui, os mercados de arte sentem. Mas o marchand, ou melhor o analista de obras de arte, é quem avalia qual o valor estético da obra e calcula o seu valor comercial, esse valor é influenciado pela evolução da história da arte, os detalhes da obra, as novas atribuições da obra, a aceitação de novos movimentos artísticos pelas instituições. Porém, o preço não se é dado a partir da analise da obra, também tem a analise do artista, isto é, da sua fama, da qualidade de determinada obra entre as outras do artista, do tempo que passou desde a primeira exposição do artista, dos prêmios que ele recebeu e dos locais que suas obras ficaram.

Dentro do mercado de arte sempre houve muitas crises pois o mesmo é afetado pelo seu próprio movimento, os faturamentos das grandes casas de leilões sempre fora estável, caiam com crises, demorou anos para voltar a sua atividade normal, e seu faturamento caiu novamente. No mercado de arte o que se espera com a posse de determinada obra, primeiramente é o prazer mas também as chances de ganhar quando se envolve no mercado, e neste mesmo mercado, as expectativas de ganho são enormes, e dessa maneira houve vendas ordenadas e desordenadas, o que acaba gerando crises.

Conforme aconteciam essas crises no mercado, os museus se privavam de conseguir recursos para enriquecer suas coleções, assim, muitos museus mais vendiam do que compravam o que se vê como algo ruim pois o museu tem a “missão” de conservar obras de gerações em gerações. Mas a forma de organização dos museus era muito questionada porque, por exemplos, nos EUA, metade dos museus são particulares e a outra metade são públicos, ou seja, bancados pelo Estado (em alguns casos, apenas os terrenos são do Estado e as coleções são de propriedade de administradores benemerentes) mas qualquer um pode fazer uma contribuição, sendo assim, existem diversos tipos de públicos que frequentam museus e o público mais exigente, que já questionaram muito esse fato pois “qualquer um” pode entrar e a admirar as obras, mas o público mais exigente na maioria das vezes vai com o intuito de comprar algo, no entanto isso não tira direito de ninguém, sendo assim, seria injusto privar o público comum. Quando os museus públicos tem falta de verba e pouca demanda, eles tendem a fechar alguns locais ou determinadas coleções para que não se tenha mais gastos, e a preferência é essa porque conforme Benhamou, o museu é uma instituição não-comercial sem fins lucrativos. Além da ajuda de Estado o museu consegue financiamento pelo consumo dos visitantes no local e consegue, as vezes, obras não-declaradas que são apreendidas legalmente. Os Estados também podem fazer doações, o Egito entregou um busto de arenito do faraó Amenófis IV para a França como um agradecimento. Mas algumas vezes acontece o tombamento de uma obra, isto é, a proibição de exportação da mesma, o que faz com que tenha uma queda no mercado de arte pois o que no mercado nacional pode valer pouco, no internacional pode se valer muito.

E o último assunto debatido neste capítulo do livro, foram os monumentos históricos, que conforme Françoise, podem ser tombados, ou seja ter seu reconhecimento histórico, os monumentos que apresentem um interesse público do ponto de vista histórico ou artístico. O pedido de tombamento normalmente é feito pelo proprietário mas o Estado pode executar o mesmo quando o monumento se encontra em perigo. Os monumentos históricos que já são propriedades do Estado, as vezes demoram para receber um reparo, pois para isso se precisa de capital e muitas vezes o Estado só vê a importância do reparo, quando o monumento está em estado crítico.

Quando um monumento histórico é revitalizado, o comércio em volta deste local, se vê melhor localizado, porque quando se há demanda em um monumento, quem vai visitar o mesmo, precisa de algo para comer, um lugar para ficar etc. Também é difícil de saber a demanda dos monumentos históricos porque, por exemplo, quando um turista vai a determinado país, ele vai querer conhecer os vários monumentos mais conhecidos, ou seja, não se sabe a demanda porque existem muitos monumentos históricos e esses mais conhecidos são visitados quase que pela mesma quantidade de pessoas.