

Questões de gênero no mercado de arte

Uma análise sociológica e empírica de precificação de obras de arte.

Novembro de 2019

Carolina Zweig¹

Na lista das 100 obras mais caras vendidas em leilão no mundo de 2018, apenas 2 foram feitas por mulheres. Entretanto, a mulher foi o tema em aproximadamente 50% das 25 obras mais caras. Essa informação (McAndrew, 2019) é apenas um exemplo dos dados que podemos extrair – e posteriormente analisar – do mercado de arte. Foi por meio de levantamento e divulgação de dados que, em 1985, o movimento artístico *Guerrilla Girls* começou a dar visibilidade à questão de gênero nesse meio.



Guerrilla Girls, Do Women Have To Be Naked To Get Into the Met. Museum?, 1989
Impressão em papel, 280 x 710 mm

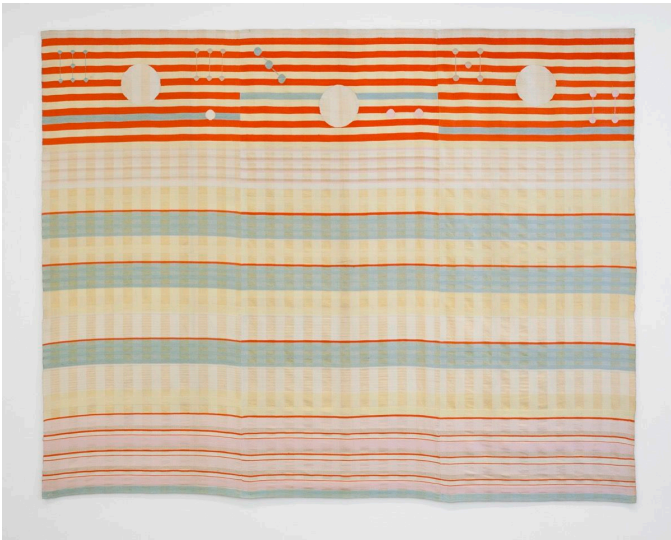
Hoje em dia, o relatório “*The Art Basel and UBS Global Art Market Report*” é uma importante fonte para esse tipo de análise. Em “*Why does gender disparity persist in the gallery sector? A note on the*

science of inequality in the art market”, a socióloga Taylor Whitten Brown da Universidade de Duke explora, à luz dos resultados de 2018, as questões de gênero neste setor.

Brown identifica mecanismos da desigualdade de gênero em empecilhos no lado da oferta: existe a hipótese de que, no mercado de trabalho em geral, mulheres recebem menos porque escolhem certas formações e ocupações. Isso seria responsável por 50% do *gender wage gap* (disparidade de gênero no salário) dos EUA.

No mercado da arte contemporânea, a construção social dos gêneros poderia estar moldando as escolhas artísticas, por exemplo, levando a um número maior de trabalhos têxteis feitos por mulheres do que por homens.

O diferencial no preço de venda das obras não é homogêneo entre os tipos de galerias¹, nem entre os tipos de obras de arte. Vale ressaltar que essas estimativas de preço não consideram características das obras, como tamanho e meio.



Benita Koch-Otte, *Woven Wall Hanging*, obra têxtil, 1923-24

O artigo propõe também hipóteses de discriminação na demanda, entre elas: padrões comportamentais nos *gatekeepers* (gestores que filtram a entrada de novos indivíduos no mercado) e *tastemakers* (críticos de artes, curadores e vendedores), e preferências dos colecionadores por trabalhos de artistas masculinos. Brown coloca como exemplo que aos têxteis, parte importante do movimento Bauhaus, foram atribuídos menor valor dentre as obras do movimento e eram principalmente trabalhos femininos.

Brown conclui que ambas as hipóteses são importantes e devem – e melhor ainda, podem – ser testadas. Isso porque existem atualmente plataformas online que conectam as partes fragmentadas do ecossistema da arte em bases de dados e que podem ser utilizadas para análises econométricas. O *Art Genome Project*, do website *Artsy*, possui informações de mais de 1 milhão de

obras de 130.000 artistas. É uma rede que conecta artistas, criadores e obras de arte com base nos estilos e períodos, tipos de objeto, disciplinas artísticas e materiais, entre outros.

Uma análise econométrica é feita em “*Is Gender in the Eye of the Beholder? Identifying Cultural Attitudes with Art Auction Price*” (Adams et al., 2017). A amostra utilizada na pesquisa, de 1,9 milhões de transações em leilões de 49 países, parece indicar que a arte feita por mulheres é vendida mais barata porque foi feita por mulheres.

O desconto incondicional para suas pinturas (sem controlar outras variáveis) é de 42.1% e aumenta em países com maior desigualdade de gênero – mas há exceções, como o Brasil. É possível observar, também, que esse desconto tem diminuído no decorrer dos anos: para transações abaixo de 1 milhão de dólares o desconto passou de 33% nos anos 70 para 8% em 2010.



David Hockney, *Portrait of an Artist (Pool with Two Figures)*, 1972.



Jenny Saville, *Propped*, 1992.

Em 2018 (McAndrew, 2019) o recorde de preço de venda em leilão, para obra de autor masculino vivo, foi 90 milhões de dólares (*Portrait of an Artist* por David Hockney) enquanto o recorde de obra mais cara leiloada de autoria feminina viva, no mesmo ano, foi de 12.4 milhões de dólares pela (*Propped* por Jenny Saville).

Em um primeiro momento, procura-se saber se esse desconto decorre dos assuntos que artistas mulheres escolhem para tratar em suas obras. No entanto, obras com temas tipicamente “femininos” (por exemplo, mais mulheres pintam flores que paisagens) costumam ser vendidas com prêmio, e não com desconto. Para responder se as artistas mulheres seriam consideradas menos talentosas, foram feitos dois experimentos. No primeiro, foram mostradas pinturas de artistas desconhecidos para 1000 voluntários e pediu-se que adivinhassem o gênero do artista. Houve apenas 50.5% de acerto, indicando que era quase um chute aleatório. No

segundo experimento um computador gerava pinturas e designava aleatoriamente nomes femininos e masculinos como artistas das obras. Foi pedido aos participantes que avaliassem as pinturas. Aqueles mais afluentes (e suscetíveis a dar lances em leilões reais) deram menor valor aos trabalhos “femininos”. Uma possível explicação é que as pessoas saibam que os trabalhos femininos são vendidos por menos no mercado e que apliquem o desconto de acordo com o que acham que os outros fariam.

Outra abordagem possível é a presente em “*Art and Gender: Market Bias or Selection Bias?*” (Cameron, Goetzmann and Nozari, 2017), em que se investiga a disparidade de gênero sob a ótica de três teorias sociológicas de Ben Davis: que a discriminação estaria na demanda (1), sob a hipótese de que o mercado de arte é majoritariamente guiado por preferências de grandes colecionadores (e seu potenciais vieses), nas oportunidades (2), pois instituições de arte dependem de redes sociais e mulheres talvez tenham menos acesso a elas, e nas normas sociais (3), que considera que a sociedade não reconhece e não recompensa igualmente as mulheres pelo mesmo tipo e qualidade de trabalho feito por homens – e o mercado de arte não fugiria disso.

Essas teorias são investigadas econometricamente com dados de 4.000 formandos da Escola de Arte de Yale, desde 1891 até 2014. A análise é feita usando a presença de obras destes em leilão, como medida

de reconhecimento profissional, e o preço de leilão de suas obras, como medida de reconhecimento da qualidade.

Há certo viés na amostra, uma vez que se exige intenções profissionais *ex ante*: pessoas que se identificam como artistas e se comprometem com tempo e recursos à essa educação. Além das mudanças sociais em relação a gênero que aconteceram no mundo, na própria escola houve mudanças nas normas que favoreceram a igualdade de gênero na sala de aula (as salas eram majoritariamente masculinas até 1983). Os períodos pré e pós mudanças institucionais são então analisados separadamente

Em relação ao reconhecimento profissional, verifica-se a frequência de citação dos alunos da Escola de Arte de Yale, que era 14 vezes maior de homens que de mulheres da mesma sala até 1983, e 2 a 3 vezes maior em favor dos homens posteriormente. A distância entre as estimativas de preço das obras por casas de leilão e o valor pelo qual é leiloado também é utilizado para verificar se há subestimação do trabalho feminino, mas não foi encontrada diferença por gênero.

Mas o foco principal do artigo é em relação ao reconhecimento de qualidade: foi visto que os trabalhos de formandas aparecem bem menos frequentemente em leilões, mesmo controlando por ano de graduação, possíveis mudanças de

sobrenome e outros efeitos no tempo – resultado consistente com as teorias de oportunidade e de normas sociais de Davis. No entanto, estando em leilão, o preço médio de obras de artistas femininas é maior¹ – resultado inconsistente com a teoria de demanda de Davis. Uma hipótese que concilia esses resultados é a da “barra mais alta”: instituições estariam exigindo maior qualidade de mulheres que de homens para um mesmo objetivo. As evidências encontradas foram mistas, mas em grande parte positivas.

Ao testar o efeito do gênero na presença em leilão, observou-se que 7.4% das ex-alunas e 12.2% dos ex-alunos venderam pelo menos uma obra em leilão entre 1922 e 2016 (10.5% para todos os formandos), uma diferença estatisticamente significativa. Ao separar os artistas cujas vendas agregadas excedem 1 milhão de dólares, não se encontra diferença significativa por gênero (no entanto, a amostra é pequena demais).

Verifica-se também como as características da obra (tamanho, meio, casa de leilão, país e ano em que é leiloadada, artista) afetam o preço. Encontra-se um efeito positivo no preço se as obras apareceram em grandes casas de leilão (como a Christie’s e a Sotheby’s), se são maiores em tamanho, se são óleo sobre tela (efeito negativo se são impressões) e na idade da obra. Dividindo a amostra por gênero e comparando as distribuições dos efeitos fixos

¹ controlando por características da obra

(intercepto), constatou-se que o efeito médio da autoria feminina significativamente maior que o da autoria masculina – contrariando o que se esperava pela pesquisa².

São utilizados ainda modelos não paramétricos para classificar e comparar artistas por preço médio em leilão: no geral, artistas mulheres obtiveram posições significativamente maiores, mas não houve diferença significativa no top 100. Ao controlar por outras variáveis (meio principal do artista, tamanho médio das obras, fração dos trabalhos que são assinados, tempo), o resultado de posições significativamente maiores se mantém. Novamente, parece haver evidências para a hipótese da barra mais elevada para artistas femininas.

Com base nas análises econométricas, há evidências para as teorias de oportunidade e das normas sociais sobre o acesso feminino às instituições renomadas. No entanto, condicional a entrar no mercado, obras femininas recebem um prêmio. A conclusão é de que talvez exista viés de seleção de amostra. Barreiras institucionais no acesso feminino ao mercado da arte impõem filtros de qualidade mais rigoroso – e o mercado talvez consiga apenas reconhecer um diferencial médio de qualidade inerente à obra.

O artigo de Brown e os *papers* explorados neste artigo utilizam abordagens e ferramentas diferentes para explorar as várias facetas das diferenças de gênero no mercado da arte. Apesar das conclusões não convergirem, todas rejeitam que existam relações igualitárias e equilibradas entre os e as artistas. No entanto, essa construção dialética de conhecimento não seria possível se não fosse o enorme esforço pela coleta, organização e disponibilização de dados sobre este mercado – iniciativa pioneira das *Guerrilla Girls*.

1 Carolina Zweig é aluna de graduação em Economia na EESP (FGV) e Pesquisadora do Centro de Estudos em Processos de Investimento – FGV/EESP, na área de *Art Economics*. E-mail para contato: zweigcarolina@gmail.com

Referências:

Adams, R., Krusl, R., Navone, M. and Verwijmeren, P. (2017). Is Gender in the Eye of the Beholder? Identifying Cultural Attitudes with Art Auction Prices. *SSRN Electronic Journal*.

Cameron, L., Goetzmann, W. and Nozari, M. (2017). Art and Gender: Market Bias or Selection Bias?. *SSRN Electronic Journal*.

McAndrew, C. (2019). *The Art Market 2019*. An Art Basel & UBS Report.

² Considerando as diferenças intertemporais, a diferença por gênero não é estatisticamente significativa.