

Por que colecionamos arte?

A relação entre pessoas e objetos e suas consequências para o mercado de arte

Julho de 2017

Rafael Cravo

O mercado de arte é definido pela existência e atuação de diferentes agentes, dentre os quais estão os colecionadores. Figuras determinantes para a existência desse mercado, os colecionadores, em sua definição mais abrangente, constituem a demanda por objetos de arte, são os consumidores que justificam o trabalho de comerciantes, galeristas, curadores e outros agentes que trabalham para garantir a oferta de bens nesse mercado. Com colecionadores de arte acadêmica¹, arte moderna² ou contemporânea, de pinturas ou de fotografias, de vídeos ou até mesmo de livros de arte, esse grupo não poderia ser mais diverso. No entanto, todos sentem a mesma necessidade de colecionar, de encontrar o próximo objeto que integrará a sua coleção, de dar um passo adiante na exploração de sua paixão. É nessa similaridade que se encontra o questionamento

sobre por que colecionadores são colecionadores, o tema deste breve artigo.

O Colecionismo

De acordo com o psicanalista Werner Muensterberger³, o colecionismo pode ser definido como o ato de “selecionar, agrupar e manter objetos de valor subjetivo”. O termo “subjetivo”, nesse caso, destaca o fator emocional de conexão com o objeto, que não necessariamente vem acompanhado da observância do seu valor comercial ou mesmo de qualquer utilidade prática. Na visão do artista Andy Warhol, “talvez o colecionismo derive apenas do fato de gostarmos de coisas”.

Para se compreender o colecionismo, é necessário analisar a relação entre as pessoas e objetos do ponto de vista psicológico. Curiosamente, é possível encontrar referências interessantes a esse tópico mesmo em sociedades totalmente alheias à

¹ Estilo desenvolvido entre os séculos XVII e XIX, focado em regras estéticas formais das academias de arte.

² Expressões artísticas que surgem ao fim do séc. XIX até a metade do séc. XX, buscando romper a formalidade e expandir a expressão da vida moderna.

³ Autor do livro “Collecting: An Unruly Passion: Psychological Perspectives” (Princeton Legacy Library).

realidade ocidental. O termo “mana”, cunhado por povos da região da Polinésia, se refere ao poder atribuído aos objetos, capaz de amenizar sensações de insegurança, ansiedade e vulnerabilidade. Como um mecanismo da mente humana, pessoas atribuem significado, ou mana, a objetos diversos, de modo que sua posse seja capaz de fornecer conforto emocional. Como um cobertor ou um brinquedo se torna companheiro de uma criança em um momento de solidão, objetos transcendem suas funções ou utilidades práticas para as quais foram idealizados e ganham valor subjetivo nas mãos dos que os possuem.

O colecionismo, então, surge quando a proteção advinda da posse se torna uma paixão. A seleção e o agrupamento de objetos de acordo com os critérios, ou a curadoria, do indivíduo se transformam na confecção de um universo de absoluta ordem e controle, através do qual se torna possível o estabelecimento de uma identidade. Em meio as sensações de caos e imprevisibilidade, o indivíduo encontra em sua coleção a capacidade de decidir o que acontece e como acontece, o que deverá fazer parte do seu conjunto. Numa sociedade onde indivíduos buscam ao menos algum grau de diferenciação, a coleção se torna um caminho interessante na medida em que cada conjunto será sempre único, impossível de se reproduzir. Em outro plano, muitos colecionadores encontram valor em objetos através da capacidade de revisitar memórias do passado, reviver

momentos ou relacionamentos que já não são mais possíveis.

Pode-se então compreender que, em suma, a insegurança e a vulnerabilidade fazem as pessoas buscarem controle e conforto no colecionismo. Em seguida, vale destacar o papel da produção em massa de objetos como o agente catalisador desse fenômeno. Há alguns séculos, o ato de colecionar se restringia a um número de tipos de objetos muito menor, uma vez que não havia tanta variedade ou disponibilidade de objetos ao alcance da maior parte da população. Um exemplo é imaginar a tentativa de construir uma coleção completa de esculturas gregas, algo muito difícil de se alcançar graças a raridade e individualidade das peças. Atualmente, dada a maior variedade de objetos produzidos em larga escala, o ato de colecionar se torna mais acessível. Em outras palavras, mais pessoas podem colecionar mais coisas.

Numa sociedade baseada no consumo e na produção em massa, a cada vez maior gama de possibilidades torna o ato de colecionar uma busca incessante, a projeção da felicidade a uma aquisição de distância. A possibilidade de se adicionar ao conjunto algo de maior valor, de acordo com os critérios de cada colecionador, cria um ciclo no qual a satisfação vem como consequência efêmera e a jornada do colecionador se torna infinita. As características desse processo produzem algumas consequências interessantes, na medida em que o colecionador acaba por produzir vasto conhecimento

sobre o universo de sua coleção, encontra claro senso de propósito e adentra uma comunidade com interesses similares aos seus.

O Colecionador de Arte

O mercado de arte costuma justificar o ato de colecionar através de pelo menos um de três aspectos: paixão, status social e/ou investimento financeiro⁴. Pode-se argumentar uma maneira de entender essas motivações como inseridas dentro do contexto acima apresentado, ou seja, através da desconstrução da relação entre obras e colecionadores⁵.

Quando se fala em colecionar por paixão, em geral segue a frase “compre obras que mexem com você”, proferida por comerciantes, agentes do mercado ou colegas colecionadores. Quando se fala em uma obra de arte que “mexe” com o colecionador, pode-se entender que essa obra deve incitar neste tanto um estímulo emocional como uma resposta intelectual. O estímulo emocional se revela através

do esclarecimento, da aproximação ou familiarização com emoções por consequência do contato com a obra de arte. A resposta intelectual, por sua vez, se materializa no aprendizado, na compreensão de uma mensagem e sua contextualização dentro do universo do colecionador. Quando os dois se materializam na interação do indivíduo com a obra, a fusão do esclarecimento emocional e do aprendizado compõem o aspecto da paixão, e deixam clara a relação com a ideia de colecionar obras que são naturalmente compreendidas pelo colecionador, proporcionando segurança e conforto emocional.

O aspecto do status social, por sua vez, recai sobre a ideia de colecionar obras que refletem o que você pensa. Esse aspecto se relaciona diretamente com o estabelecimento de uma identidade e consequente inserção na comunidade ou mercado de arte. O colecionador busca compor um conjunto que seja relevante dentro de algum contexto e obtém sucesso através da validação externa de seus esforços. Um colecionador de arte contemporânea, por exemplo, buscará compor um conjunto que represente o que está sendo feito hoje de maior relevância na fronteira do desenvolvimento da arte e, portanto, atingirá seu objetivo através do reconhecimento alheio de sua visão, capaz de selecionar obras relevantes e compor um conjunto único e especial. Os museus têm impacto importante sobre esse aspecto, na medida em que afetam dinâmica de estabelecimento e validação do

⁴ No relatório “The Art Market 2017 – An Art Basel & UBS Report”, Clare McAndrew considera 9 aspectos envolvidos no processo de compra de uma obra de arte. Como subdivisões dos aspectos acima, a paixão envolve valor estético e razões emocionais. Status social envolve apoio à cultura (promoção de valores culturais), proteção de herança e valores familiares, eventos sociais e credibilidade social. Por fim, o investimento financeiro envolve expectativa de retorno, diversificação de portfólio e proteção de capital.

⁵ John Maynard Keynes foi um colecionador importante. Fica clara sua relação com o mundo da arte no artigo “Art as an Asset and Keynes the Collector” (Chambers, Dimsom e Spaenjers, 2015)

que é relevante dentro de um determinado universo. Quando um museu incorpora uma obra na sua coleção, o mercado e, portanto, os colecionadores enxergam nesse ato o reconhecimento da qualidade da obra adquirida. Os museus, dessa maneira, exercem imenso poder sobre a dinâmica de decisão do colecionador e, conseqüentemente, sobre o direcionamento do mercado de arte.

Por fim, o aspecto de investimento financeiro pressupõe a compreensão de obras de arte como classe de investimento alternativo. Uma vez que entendemos o colecionismo via a ideia de valor subjetivo dos objetos, esse aspecto não necessariamente está envolvido no processo de decisão. Colecionadores podem esperar uma apreciação de suas coleções, mas indivíduos que possuem obras de arte apenas por essa razão devem ser analisados separadamente no contexto desse artigo, não como colecionadores, mas como investidores.

Em suma, percebe-se que o colecionador de arte pode ser compreendido através das definições apresentadas na seção anterior. A motivação de se

agregar um conjunto que reflita os seus valores, ideais e vontades e gere uma identidade capaz de tornar cada colecionador único traz uma compreensão mais profunda sobre como a demanda no mercado de arte se move e como interpretar fatos, movimentos e mudanças com o passar do tempo.

Rafael Cravo, Centro de Estudos em Processos de Investimento – FGV/EESP.

Referências:

Muensterberger, Werner. "Collecting: An Unruly Passion: Psychological Perspectives" (Princeton Legacy Library, 1993).

McAndrew, Clare. "The Art Market 2017 – An Art Basel & UBS Report" (2017).

Chambers, Dimsom e Spaenjers. "Art as an Asset and Keynes the Collector" (2015).

Thompson, Don. "The \$12 Million Stuffed Shark: The Curious Economics of Contemporary Art" (St. Martin's Griffin, 2010).