

A INDÚSTRIA DA MODA E O MERCADO DE ARTE CONTEMPORÂNEA: UM DEBATE INTRODUTÓRIO¹⁰⁸ & CONVERSAS COM OLIVIER DE SAGAZAN

THE FASHION INDUSTRY AND THE CONTEMPORARY ART MARKET: AN INITIAL DEBATE & CONVERSATIONS WITH OLIVIER DE SAGAZAN

L'INDUSTRIE DE LA MODE ET LE MARCHÉ DE L'ART CONTEMPORAIN: UN DÉBAT INITIAL & CONVERSATIONS AVEC OLIVIER DE SAGAZAN

LA INDUSTRIA DE LA MODA Y EL MERCADO DE ARTE CONTEMPORÁNEO: UN DEBATE INICIAL & CONVERSACIONES CON OLIVIER DE SAGAZAN

Henrique Grimaldi Figueredo

Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Campinas, Brasil

RESUMO: Neste trabalho, pretende-se traçar algumas considerações introdutórias sobre a relação entre arte e moda, e como pós anos 1980 há o desenvolvimento de um colecionismo corporativo da indústria do luxo. Discutindo questões como capital econômico e capital simbólico, campo artístico e colecionismo, nossa intenção é estabelecer um diagnóstico panorâmico das influências deste fenômeno sobre a arte e a consagração artística na contemporaneidade.

Palavras-chave: arte contemporânea, colecionismo corporativo, consagração artística.

ABSTRACT: This work intends to outline some introductory considerations about the relationship between art and fashion, and as after the 1980s, there was the development of a corporate collection in the luxury industry. Discussing issues such as economic capital and symbolic capital, artistic field and collecting, our intention is to establish a panoramic diagnosis of the influences of this phenomenon on art and artistic consecration in contemporary times.

Keywords: contemporary art, corporate collecting, artistic consecration.

RÉSUMÉ: Cette article entend esquisser quelques réflexions introductives sur la relation entre art et mode, et comme après les années 1980, il y a eu le développement d'une collectionism corporative dans l'industrie du luxe. En discutant de questions telles que le capital économique et le capital symbolique, le domaine des arts et de la collection, notre intention est d'établir un diagnostic panoramique des influences de ce phénomène sur l'art et la consécration artistique à l'époque contemporaine.

Mots-clés: art contemporain, collection d'entreprise, consécration artistique.

RESUMEN: Este trabajo pretende esbozar algunas consideraciones introductorias sobre la relación entre el arte y la moda, y como después de la década de 1980, se desarrolló colecciones corporativas en la industria del lujo. Discutiendo temas como el capital económico y el capital simbólico, el campo artístico y el colecionismo, nuestra intención es establecer un diagnóstico panorámico de las influencias de este fenómeno en el arte y la consagración artística en los tiempos contemporáneos.

Palabras-clave: arte contemporáneo, colecionismo de empresas, consagración artística.

¹⁰⁸ Este registro de pesquisa discute algumas questões introdutórias da investigação de doutoramento do autor em andamento no Programa de Pós-Graduação em Sociologia do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas sob orientação do Professor Doutor Renato Ortiz e com o apoio financeiro da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo.

1. Introdução

A discussão central deste registro de pesquisa inscreve-se em alguns debates contemporâneos da sociologia da arte que apontam a um avanço das corporações – pós 1980 – sobre o universo da arte e os efeitos que elas produzem nas estruturas que organizam seu mercado internacional, tanto no setor classificado quanto no setor contemporâneo (Wu, 2006). Dentre estas corporações, as que serão elencadas em nossa investigação são nomeadamente aquelas relacionadas à indústria da moda de luxo, isto é, corporações globais que atuam em diferentes frentes conformando um oligopólio de franja (geograficamente concentradas, mas com extenso poder de mercado a nível internacional). Detentoras de capital econômico e funcionando de modo corporativo (altamente especializadas e organizadas), as corporações do luxo¹⁰⁹ apropriaram-se nas três últimas décadas de ferramentas antes exclusivas do universo das artes - a saber; casas de leilões, fundações artísticas e museus - o que lhes forneceu recursos para influenciar em diferentes escalas não só o mercado e as carreiras artísticas a nível global, mas também as dinâmicas museológicas nos países em que são mais atuantes¹¹⁰ - uma vez que passam progressivamente a participar dos espaços de legitimação artística.

Antes de adentrarmos de fato tal fenômeno é necessário pontuarmos que a relação entre arte e moda não é propriamente uma ocorrência recente. Ao longo de todo século XX costureiros e estilistas buscaram uma aproximação com a arte. Estrategicamente elaborada, a relação entre arte e moda dá-se inicialmente no exercício de uma equação simbólica por transferência, isto é, tensionando os liames da legitimidade das criações da moda de vanguarda através de uma intrínseca relação firmada com o campo já estabilizado da arte. Paul Poiret, Yves Saint Laurent, Pierre Cardin, Alexander McQueen, Hussein Chalayan, Tom Ford, Miuccia Prada, muitos são os criadores de moda que buscaram e buscam um estreitamento de sua produção e/ou figura pessoal com a arte.

Ao pensarmos tais relações a partir da carreira de alguns designers, encontramos duas tendências mais recorrentes no que concerne a elaboração de um duplo arte e moda. Primeiramente o papel do estilista como colecionador, isto é, um verdadeiro *connoisseur* do campo artístico: coletando arte de vanguarda, peças arqueológicas, mobiliário, livros raros; todo o conjunto de bens materiais que encontram sua representação na produção de um gosto legítimo. Segundo, podemos também pensar no papel do estilista como produtor-citador, ou seja, como um incorporador das visualidades e poéticas da arte como parte de sua estratégia criativa, postulando-se assim como um estilista-artista ciente e crítico de sua época. Essas duas atuações são, decerto, condicionadas. É bastante comum que um estilista ao manter uma extensa coleção de arte, também faça citações diretas e indiretas sobre a arte em sua própria produção¹¹¹.

¹⁰⁹ Entre as corporações de luxo aqui pesquisadas, destacamos duas, a saber, LVMH (1987) e Kering (1993, nasce como Grupo Gucci). Estas operam sobre seis ramos do luxo: vinhos e outras bebidas; vestuário e bens de couro; perfumaria e cosméticos; relojoaria e joalheria; varejistas de moda de luxo; e outras atividades (em sua maioria relacionadas à arte e às casas de leilão).

¹¹⁰ A presença destas fundações em países como Itália e França instituem um nível de influência considerável sobre os demais museus públicos nesses espaços. É necessário pontuar também que como tais países são centrais na elaboração da história da arte ocidental, essas fundações privadas acabam estabelecendo novas ortodoxias para o universo artístico a nível mundial apesar de geograficamente concentradas, reorganizando e por vezes reafirmando as dinâmicas de dominação e subordinação no campo artístico.

¹¹¹ Alexander McQueen (1969-2010), por exemplo, criava seus desfiles como performances artísticas (Duggan 2002), assim como utilizava-se amplamente de temas e citações do mundo da arte para compor sua estética. Dizia-se também um estilista-artista e mantinha uma coleção de arte moderna e contemporânea com destaque para peças A indústria da moda e o mercado de arte contemporânea: um debate introdutório & conversas com Olivier [123] de Sagazan ■ Henrique Grimaldi Figueredo

Esse estreitamento intencional representa para Nancy Troy (2002) a conformação de uma dependência entre o campo criativo e o campo econômico. Assim, o teor estético deste universo ao contrário de postulá-lo sob uma dada abstração, reforça suas conexões com o mundo dos negócios e do comércio, portanto, “ao reclamarmos o status de artistas aos estilistas de moda, longe de assinalarmos sua relativa independência dos interesses e influências comerciais, estamos reafirmando estes interesses” (Troy, 2002: 7).

Através de sua autopromoção como artistas, “os costureiros buscavam manter seu status de elite como criadores de peças únicas e objetos originais, e ao mesmo tempo capitalizavam seu potencial para a produção de cópias visando atender uma audiência mais ampla” (Troy, 2002: 8). Esse argumento encontra eco no trabalho de diversos pesquisadores que irão compreender as relações sociais entre arte e moda como uma ferramenta de marketing simbólico, retirando objetos de sua funcionalidade inerente e direta. Ao aproximar sua produção ao campo extraordinário da arte, os estilistas encetam uma equação simbólica que ratifica um eixo de transição entre capital cultural e capital econômico.

- Estilistas sempre referenciaram importantes obras de arte na construção de seus universos, como o vestido Mondrian de 1965 de Yves Saint Laurent, ou ainda ao utilizarem-se de artistas importantes para desfilarem suas produções, o caso de Tracey Emin que modelou para Vivienne Westwood. Há também um crescente número de colaborações entre artistas e estilistas nas publicações de moda, e publicidade de casas de moda em revistas de arte, (...), isto torna-se uma estratégia para desmistificar o crescimento da convergência entre arte e moda como uma simples promoção cínica (Negrin, 2012: 51).

- Associar a criação de moda à arte é uma forma de conferir significado aos produtos de moda e atrair capital cultural para a profissão. Os estilistas tentam adquirir prestígio ao demonstrar suas ligações, sejam elas estéticas ou sociais, como integrantes do mundo das artes. Meu argumento é que, se eles se envolvem ou não nestas atividades, e como o fazem, isso afeta sua posição no mercado. As mudanças no mercado de moda estão levando a alterações na maneira pela qual estilistas concebem seu trabalho como arte. Sob pressão para se estabelecer em mercados muito competitivos, eles às vezes projetam imagens vanguardistas ou pós-modernas, mas as consequências dessas estratégias variam de acordo com os diferentes ambientes (Crane, 2006: 272).

- A individualidade criativa deste tipo de produção utilizará o vocabulário legitimador da arte e de seus movimentos - *avant-garde*, pós-moderno, desconstrutivismo - para explicar a si mesma ao mundo que lhe é externo. A habilidade em provocar ultraje e condenação torna-se a evidência mais forte da filiação do universo da moda à comunidade artística (McRobbie, 1998: 51-52).

É exatamente essa a contribuição de Pierre Bourdieu e Yvette Delsaut em “Le Couturier et sa griffe” (1975), na qual se estabelece uma genealogia da construção do valor simbólico na moda através da diferenciação do sujeito como criador único, excêntrico, e que é reafirmada por uma dada cultura do gosto na qual o papel do costureiro como colecionador de arte ratifica sua distinção social e busca inscrever sua produção em coordenadas mais legitimadas. O sujeito cambia suas relações no campo social pelo acúmulo, proximidade e naturalização com a arte, passando operar o que Bourdieu posteriormente define por *economia simbólica* (Bourdieu, 2015).

de Andy Warhol e Joel-Peter Witkins. Já Tom Ford, quando à frente da Gucci, patrocinou trabalhos de artistas como Vanessa Beecroft no Guggenheim de Nova York e de Richard Serra na Bienal de Veneza, apenas para citar alguns exemplos (Figueredo, 2018).

Se não há nada de efetivamente inaudito nas aproximações e simbioses entre arte e moda, o que podemos inferir como alteração substancial que permite uma reorganização dessas relações após os anos 1980?

2. Arte e moda na era do capitalismo financeiro

Chin Tao-Wu inicia seu trabalho sobre a participação corporativa nas artes afirmando que “nunca antes o mundo corporativo, (...), impôs com tanta intensidade seu poder sobre a alta cultura, na qual o envolvimento das empresas foi sempre considerado inadequado, quando não de todo alheio” (Wu, 2006: 26) Evidentemente, as corporações realizavam esporadicamente doações a museus de arte e outras organizações culturais. Entretanto ao contrário do envolvimento anterior, espaçado e de alcance bastante limitado, “a intervenção corporativa ao longo das duas últimas décadas¹¹² vem se tornando universal e abrangente” (Wu, 2006: 26). Ao nos depararmos com essa argumentação devemos portanto nos questionar o que de fato permite esse avanço do capital corporativo sobre as artes, e nomeadamente do capital oriundo das empresas de moda. Em alguma medida entendemos o alargamento do patrocínio corporativo nas artes a partir de um recorte diacrônico pós-1980 que se alinha simultaneamente aos processos de globalização dos mercados, financeirização e virtualização dos recursos e de um decrescimento ou redirecionamento de investimentos estatais para outras áreas em alguns países do ocidente.

Esse conjunto de fatores são a um só tempo causa e consequência de uma série de ocorrências que irão impactar posteriormente a arte, seus mercados e sua institucionalização. Entre eles podemos elencar (i) a formação dos conglomerados de luxo europeus (LVMH em 1987; Kering¹¹³ em 1993) decorrentes da conformação de um mercado consumidor expandido e internacionalizado (particularmente em direção à Ásia); (ii) a diversificação da cartela de negócios destes mesmos grupos a partir da percepção da compra como experiência holística e da rentabilidade – rápida – dos negócios do campo artístico (Jackson, 2004); (iii) de um processo de mundialização da cultura que mesmo assimétrica ratifica a nível internacional um conjunto de padrões responsáveis pela manutenção desigual de hierarquias do campo cultural¹¹⁴; e (iv) do avolumamento bastante perceptivo do número de milionários e bilionários, muitos dos quais pertencem ao mundo corporativo e irão direcionar parte dos seus ativos para a aquisição de obras de arte¹¹⁵. É importante salientarmos que apenas como recurso a um quadro analítico que observa

¹¹² Chamamos atenção aqui para o fato da pesquisa de Wu ter sido publicada em 2006. As tendências identificadas por ela, diferente de diminuir, sofreram um substancial aumento nos últimos anos, por isso consideramos a intervenção corporativa nas artes nas três últimas décadas.

¹¹³ Nasce como Grupo Gucci em 1993. No final da década para fazer frente à expansão hostil do LVMH, é tomado pelo capital francês do grupo Pinault-Printemps-Redoute, sendo renomeado nos anos 2000 como Kering Group (Figueredo, 2018).

¹¹⁴ Em seu livro *Mundialização e Cultura* (1998), Renato Ortiz clarifica esta dimensão ao propor uma distinção entre globalização e mundialização. A ideia de globalização estaria atrelada a uma homogeneização ou unicidade, terminologias aplicáveis quando tratamos dos domínios econômicos ou tecnológicos. A cultura, por outro lado, se ramificaria de modo diverso; diferentemente da economia e da tecnologia, passíveis de serem percebidas à uma lógica realmente globalizada, a cultura não se enquadraria neste formato: não há, de fato, uma cultura globalizada, esta deve ser compreendida sob uma lógica outra, a da mundialização. Ao analisarmos esse itinerário sob o que Ortiz (2000) define por modernidade-mundo, nos deparamos com uma composição heterogênea, uma dinâmica espacial transnacional, na qual capital e cultura se distribuem de maneira assimétrica. Isso poderia ser compreendido a partir das relações entre standards e patterns. A definição de standard associa-se aos processos de serialização dos bens culturais, enquanto os pattern (padrões) (dos quais a indústria cultural, e o universo do luxo, como é entendido hoje, também fazem parte) correspondem ao conjunto de normatizações estruturalizantes das relações sociais, hierarquizando e legitimando alguns padrões em detrimento de outros.

¹¹⁵ Nathalie Moureau e Jean-Noël Bret (2013) e Nathalie Moureau et al (2016) nos mostra que se em 2000 o número de milionários era de 12,9 milhões de pessoas, em 2016 esse número chega há quase 40 milhões. O mesmo ocorre A indústria da moda e o mercado de arte contemporânea: um debate introdutório & conversas com Olivier [125] de Sagazan ■ Henrique Grimaldi Figueredo

as relações inerentes entre cultura e economia é que conseguimos perceber como a globalização dos mercados, novas formas de capitalismo e a mundialização da cultura perpassam a arte e seus universos de maneiras complexas e que muitos outros fatores participam igualmente dessa equação como demonstramos em outras ocasiões (Guerra & Figueredo, 2019, 2020). Entretanto, para fins de objetivação desta análise identificamos estes fatores como elementos críticos que alteram o mercado como um todo – e a participação da moda em seu seio – assim como os processos de expansão e legitimação da cultura dominante.

É também simultâneo a este processo que Raymonde Moulin (2007) salienta o surgimento de uma nova categoria de agentes no campo artístico: a figura do megacolecionador. Em sua argumentação, o megacolecionador torna-se um elemento de crucial importância para a elaboração dos critérios de consagração artística, uma vez que,

Exercem um poder de mercado: compram um grande número de obras, entre as quais várias do mesmo artista, a um preço relativamente baixo e, em acordo com o ou os marchands promotores do artista, controlam a oferta. Trata-se aí de uma colusão não habitual entre compradores e vendedores, para restringir a oferta e elevar os preços, (...), a entrada em uma grande coleção tem um efeito muito positivo na reputação do artista. Além do mais, a participação dos megacolecionadores nos conselhos de administração dos grandes museus garante a presença dos artistas que mantêm nas instituições culturais, (...), Eles tem, com efeito, o cuidado constante de não desvalorizar os artistas dos quais possuem obras, as quais constituirão, se for o caso, o fundo de um museu com o seu nome. Ao mesmo tempo ator cultural e ator econômico, o megacolecionador desempenha alternativamente todos os papéis, o de marchand (ele compra e, eventualmente, revende), de curador, de mecenas (doações e fundações) (Moulin, 2007: 28-29).

Seriam, portanto, megacolecionadores os agentes que dispõem de grandes fortunas pessoais ou corporativas, sendo detentores do gerenciamento de grandes empresas multinacionais e com capital econômico suficiente para agenciar junto do *métier* artístico (conselhos-curadores, marchands, críticos, revistas especializadas, etc) os capitais simbólicos e culturais que por acaso possa vir lhes faltar. Nesse sentido, encaixar-se-iam nessa categoria grandes colecionadores corporativos da indústria da moda como François Pinault (sócio majoritário do Kering Group), Bernard Arnault (sócio majoritário e CEO do LVMH), Miuccia Prada (Diretora Criativa e sócia majoritária do Grupo Prada) e a *Fondation Cartier pour l'Art Contemporain* (gerenciada e mantida pelo Grupo Cartier)¹¹⁶.

A importância de tais agentes para o campo artístico deve-se ao acúmulo de funções que exercem, estando maior ou menor representados em diversas instâncias do mundo da arte em escala internacional. Seja pelo patrocínio ou doação de obras de arte para museus públicos, através da participação acionária nas maiores casas de leilão ou das relações tecidas com agentes legitimados no campo artístico - críticos, curadores, diretores de feiras, teóricos, etc - os megacolecionadores concentram capitais que poucos agentes do mundo da arte teriam condições de desafiar (Moulin, 2007; Moulin, 1992). Evidentemente não estamos aqui promovendo uma leitura reducionista do colecionismo contemporâneo em seu recorte economicista, isto é, como se

com o número de bilionários, se em 1987 era de 139 afortunados em todo mundo, em 2016 esse número chega a quase 2000 indivíduos.

¹¹⁶ Respectivamente responsáveis pelas coleções: Collection Pinault (Veneza e Paris); *Fondation Louis Vuitton* (Paris), *Fondazione Prada* (Milão) e *Fondation Cartier pour l'Art Contemporain* (Paris).

todas as decisões passassem irremediavelmente pelo campo econômico. As razões para se colecionar são muitas e subjetivas; e todas estas coleções iniciaram-se de forma tímida e até mesmo pessoal. O que tentamos demonstrar é que, embora a relação arte e moda seja significativamente constante, após os anos 1980 com o advento dos conglomerados do luxo, podemos detectar uma transformação. O ato de colecionar, anteriormente associado às concepções individuais de cada estilista são agora eclipsadas pela corporação que carrega seu nome, e o gosto - subjetivo e intransferível - torna-se em determinados momentos corporativamente construído e estrategicamente interessado.

As relações que antes marcavam a legitimidade de um estilista e sua marca, agora abarcam todas as marcas que estão sob a tutela de um conglomerado. A dimensão destas coleções, assim como os profissionais envolvidos na assessoria e gerenciamento das mesmas, acabam por ratificar certas hierarquias nas dinâmicas do campo. Raros são os colecionadores capazes de organizar coleções tão extensas e ainda exibi-las em prédios projetados especificamente para abrigá-las. Em relação ao número máximo de trabalhos colecionados por estes grupo de colecionadores podemos encontrar o seguinte quadro.

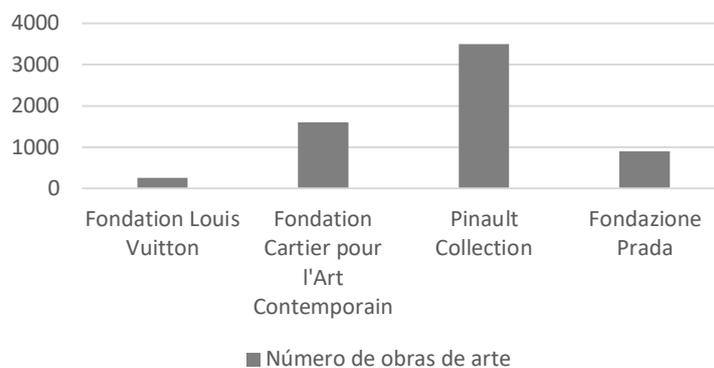


Figura 1: Número de obras de arte nos museus geridos pelo capital da moda em março de 2020

Fonte: Dados coletados nos sites das respectivas fundações em março de 2020.

Cada uma destas coleções possui evidentemente suas particularidades e nuances. Suas escalas variam - de 250 a 3500 peças - e diferente de museus públicos que dependem de uma série de burocracias e ferramentas legais para colecionar, estas fundações encontram-se em expansão continuada. Cada uma exerce um tipo de influência e ativa determinados grupos de artistas e estéticas específicas. A *Collection Pinault*, por exemplo, figura atualmente como a maior coleção de arte contemporânea do mundo com quatro espaços de exibição, três em Veneza e um em Paris, atualmente na *Bourse de Commerce*, e que será transferido em 2020 para uma sede própria, um projeto milionário idealizado e executado pelo arquiteto japonês, Tadao Ando¹¹⁷. A *Fondazione Prada* e a *Fondation Cartier* possuem programações extensas e que englobam outras disciplinas como o cinema, a dança e a arquitetura. A *Fondation Louis Vuitton* abriga grandes exposições temporárias que transcendem seu próprio acervo.

¹¹⁷ Outra particularidade destas coleções é a relação com a arquitetura de vanguarda. Todos os edifícios ocupados por estas coleções foram projetados ou reformados por ganhadores do Prêmio Pritzker, o maior da arquitetura mundial. Essa especificidade é homóloga as aproximações com a arte, e pretende-se mais um adjuvante simbólico para suas respectivas coleções.

Dentro de suas singularidades todas estas coleções acabam por prestar um grande serviço cultural ao coletar e exibir trabalhos que dificilmente seriam acessados pelo público. Elas promovem encontros e *workshops*, publicam catálogos e revistas, realizam de quatro a seis exposições anuais, e ocasionalmente premiam jovens artistas. De fato há uma faceta deste tipo de colecionismo que é claramente positivo, uma vez que poucos agentes ou instituições são capazes de equacionar e manejar - a nível global - toda essa rede de pessoas, práticas e trabalhos de arte.

Entretanto, se existem facetas claramente positivas, encontraremos também questões decerto graves. “Atores culturais-econômicos” como Bernard Arnault e François Pinault acumularam e exercem muito poder na produção e legitimação da arte uma vez que atuam “definindo a oferta artística, eles intervêm enquanto prescritores: formam e informam a demanda - demanda da qual eles próprios constituem um segmento dominante” (Moulin, 2007, pp. 30-31), ou seja, o esforço em construir estéticas ou carreiras artísticas, ou ainda valores superavitários para determinadas obras - a partir da transformação de capital econômico em capital cultural e simbólico por estes agentes - caracteriza-se como um conluio invisível, isto é, um adesão dos agentes a construir a crença no Outro a partir de um desconhecimento coletivo, afirmando e reafirmando sua dimensão simbólica a partir de uma “produção e reprodução permanente do jogo que é a um só tempo causa e efeito do jogo” (Bourdieu, 1996: 192-193). Este tipo de abordagem acaba por reafirmar a relação de dominação e subordinação no campo artístico e é produtora de uma assimetria estrutural. A nível de exemplificação, tomemos a coleção da *Fondation Louis Vuitton*. No gráfico abaixo podemos vislumbrar a composição de seu acervo pela origem geográfica dos artistas colecionados.

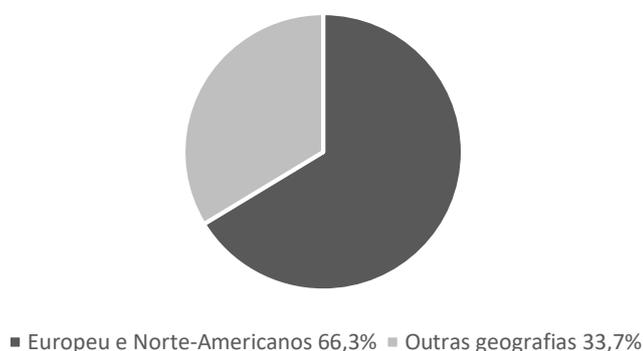


Figura 2: Composição geográfica da coleção Louis Vuitton em março de 2020
Fonte: dados coletados no site da *Fondation Louis Vuitton* em março de 2020.

Se esmiuçarmos os dados brutos apresentados por esta composição, percebemos que dos artistas que compõem seu acervo, uma parcela substancial destes, 22,1%, é francês ou vive em Paris. Dos artistas africanos colecionados - 14,1% do total do acervo - 87% são provenientes de ex-colônias francesas e/ou falam francês e tiveram parte de seu currículo formativo cursado em território europeu (alternando-se majoritariamente entre França, Reino Unido e Alemanha). Outros números poderiam ser destacados para nos ajudar com o desenho da coleção - destaque para a baixa representação latino-americana (2,6%) e inexistência de artistas provenientes da Oceania - entretanto o que queremos demonstrar é a produção de uma assimetria relacional. A coleção possui enormes recursos financeiros e simbólicos, estes são direcionados - por um desejo pessoal ou decisão corporativa, ou ambos - para determinadas estéticas e determinados artistas, Moulin nos mostra que estes colecionadores “tem, com efeito, o cuidado constante de não

desvalorizar os artistas dos quais possuem obras” (Moulin, 2007, p. 28), isto é, um cuidado especial na promoção e desenvolvimento de determinadas carreiras e estéticas em detrimento de outras.

A assimetria consequente desse processo é de certo modo estruturalizante das relações sociais no campo artístico e reafirma um dado *modus operandi*, estabelecendo contornos bastante visíveis de suas relações de dominação. Há evidentemente um peso próprio e distintivo entre norte e sul global que encontra-se atrelado a existências roteirísticas, isto é, para se adentrar estes espaços o artista deve responder a uma série de critérios tidos como mais valorados (lugar de formação, determinados prêmios, quais galerias o representam, em quais instituições já expôs, etc). Há, portanto, no que refere-se a estas fundações de arte gerenciadas pelo capital corporativo da moda, um duplo funcionamento. Ao passo que estas estão atentas aos regimentos e regulações do campo artístico contemporâneo (quais as instituições são mais importantes, quais o críticos e curadores são os mais relevantes, etc.) e utilizam-se dessas em seu processo aquisitivo, elas também - e este é um dado certamente grave - emulam as ferramentas do próprio campo, uma vez que não só colecionam os trabalhos como também possuem a estrutura de institucionalização dos mesmos (suas fundações e museus privados, seus prêmios) que são povoadas por agentes de reconhecida envergadura no campo legitimado. Se o campo - como pontuado por Bourdieu - apenas existe e mantêm-se através de disputas internas, a forma como estas corporações e suas coleções atuam denotam claramente isso: reconhecem as regras e as confabulações que definem os valores artísticos, mas simultaneamente disputam esses valores ao exercerem seu poder discursivo - adquirido pelo acúmulo e transformação de capitais - tensionando os processos de definição da consagração artística.

Logo, para realmente apreendermos estas relações de poder, devemos continuamente operar uma crítica de nossas próprias categorias analíticas. Sendo francófonos e residentes em Paris 22,1% dos artistas colecionados por uma dessas coleções, este é um dado mensurável e posto. Entretanto, seria equivocado imaginar que exista uma predileção por certas geografias e certos grupos. Ser um artista francês de reconhecida importância para o *métier* artístico não garante um lugar nesses acervos. Os jogos de poder são muito mais sutis. Levam em conta outras questões - a estética da obra em diálogo com outras peças da coleção, a manutenção e vida útil do trabalho, a possibilidade de revenda e empréstimo para museus importantes, quais críticos e curadores já escreveram ou trabalharam com o artista, etc - assim, dificilmente um artista (mesmo que celebrado pelo sistema da arte) adentra esta nova tipologia de espaço institucional sem preencher uma lista de pré-requisitos. Temos aqui um dado alarmante. Visto que os incentivos públicos às artes muitas vezes tendem a encolher, sendo lentamente suplantados pelo poder corporativo e privado, e estando cientes dos direcionamentos e regulações aquisitivas destas coleções que privilegiam determinados trabalhos e estéticas em detrimento de outras, quais são as saídas laborais possíveis e os processos de consagração do artista contemporâneo alheio a estes modelos?

3. Concluindo: Arte para além (do sistema) da arte através de conversas com Olivier de Sagazan¹¹⁸

Como parte do pré-campo dessa pesquisa de doutoramento, algumas visitas foram realizadas à artistas franceses e francófonos visando ampliar nossa compreensão dos impactos do patrocínio corporativo para as artes sobre suas carreiras, circulação e consagração. Em alguns destes contatos foram aplicadas entrevistas semiestruturadas onde pudemos captar os discursos e saídas estratégicas dos artistas não contemplados por estas coleções, estabelecendo trajetórias alternativas e relevantes para a arte contemporânea mesmo apartados dessa tipologia de financiamento.

Olivier de Sagazan (1959-), artista francês original de Brazzaville, no Congo, foi um dos agentes elencados para esta pesquisa devido a sua relevância para a arte contemporânea e pelo seu potencial de internacionalização. Inicialmente trabalhando com pintura e escultura, Olivier tem se dedicado nos últimos anos ao que chama de “artes vivas” (performance, dança, teatro). Realizou mais de 300 apresentações em vinte países diferentes e suas performances levaram a inúmeras colaborações com artistas do mundo da moda, cinema e música, com destaques para o trabalho com Mylène Farmer (*À l’Homme*) e com a britânica FKA Twigs (*Rooms*), e sua colaboração com o celebrado fotógrafo de moda Nick Knight e com o estilista Gareth Pugh em um *fashion film*, “*This is not show*” (2018), apresentado na coleção de primavera/verão de Pugh.

Nossa intenção de pesquisa é debater a posição destes criadores em vista do avanço substancial do corporativismo sobre a arte e sua institucionalização. Abordaremos portanto esta amostragem através de um recorte sociológico e que distancia-se de qualquer análise ou julgamento estético dos trabalhos, questões evidentemente importantes para a estética e a história da arte, mas não necessariamente centrais para esta análise. O que nos interessa perceber é em que medida artistas legitimados e reconhecidos pelo campo da arte contemporânea mas cujos trabalhos possam ser considerados de difícil musealização ou revenda, caso das performances¹¹⁹, irão estabelecer relações outras de sobrevivência e caminhos outros de consagração.

Olivier de Sagazan possui uma série de trabalhos performáticos de ampla circulação, dentre eles, *Transfiguration*, série que inicia-se em 2001 e pode ser descrita como uma performance desfigurativa que utiliza argila sobre o rosto e torso do artista. Curiosamente nesta entrevista descubro que este trabalho - performado em importantes espaços, reproduzido quase um milhão de vezes no canal do artista na internet¹²⁰, e publicado em diferentes catálogos e debates acadêmicos sobre sua obra - é praticamente desconhecido pelas instituições francesas. Quando lhe indago sobre a relação de seu trabalho com as instituições de arte contemporânea na França, Sagazan é categórico em responder: “Parece que sou um desconhecido na França à nível

¹¹⁸ A entrevista em questão, publicada em francês e português (tradução nossa), estará disponível no Volume 3 N.º 2 da *Todas as Artes* e foi realizada como parte do pré-campo da pesquisa de doutoramento em curso.

¹¹⁹ As performances encontram - pela multiplicidade de suas formas e pela efemeridade da encenação - diversos desafios em seus processos de musealização e comercialização. Alguns modelos mais aplicados atualmente são a compra do direito à reperformance (cujos termos e obrigações legais são firmados caso a caso) e através de documentos residuais (registro de performance) ou direcionados (performance para fotografia e vídeo).

¹²⁰ <https://www.youtube.com/user/sagazan/videos>

institucional. Eu realizei meu primeiro trabalho em uma instituição francesa em março de 2020, no Lieu Unique em Nantes, depois de já ter performado mais de duzentas vezes no exterior¹²¹”.

Há portanto, uma desconexão entre identidade e absorção. Se por um lado Olivier de Sagazan é reconhecido como um artista francês, ele apenas o é quando exterior à França. Nesses espaços é discutido e absorvido como tal, há de fato uma marcação territorial de identidade. Contudo, em sua coordenada geográfica o que é experienciado traduz-se como ruptura. Uma série de explicações poderiam ser agenciadas numa tentativa de discutir esse descompasso - o baixo número de instituições francesas de arte que trabalham e estimulam a realização de performances, a temática de seus trabalhos, a estética transgressiva de difícil absorção, etc - entretanto estas não passam de especulação na ausência de um posicionamento real e mapeável dos conselhos diretores que efetivamente manejam tais espaços.

Se o dispositivo escolhido por Sagazan é o corpo, e existe uma inerente dificuldade de tratamento institucional dessa escolha, por que não trabalhar a partir de outros dispositivos? Essa é uma questão bastante pertinente e até mesmo sintomática quando analisada do ponto de vista dos jovens artistas ávidos a adentrarem os espaços de consagração. Muitos criadores acabam ajustando o seu material de trabalho, temáticas e dispositivos em uma busca por legitimação e inserção institucional. Vemos isso quando Wu (2006) nos fala sobre o direcionamento dado por certos conselhos-curadores corporativos como critério de patrocínio ou não de obras e exposições. Para Sagazan, o artista não deve fazer de seu trabalho um elemento à parte de sua existência. A sua insubmissão ante a tais estruturas advém exatamente desta auto concepção, trair a linguagem ou o dispositivo é também se trair enquanto sujeito. Para ele, “nós nunca estamos tão vivos como quando estamos diante de um quadro ou sobre um palco”, alternar esse modo de vida para atender a uma demanda mercadológica ou institucional seria como produzir sua morte subjetiva e criadora. Por este motivo o artista também afirma “eu não estou em contato com os museus, na maioria das vezes minha performance é realizada em festivais de teatro e dança¹²²”.

O que percebemos em Sagazan - e que encontra certa recorrência em muitos outros artistas franceses cuja produção não está direcionada à criação puramente objetual, mais facilmente comercializada e colecionável - é a criação de trajetórias outras que não aqueles associados ao mercado e que tem se tornado cada vez mais substanciais e comuns. Como frente de resistência à instituição e aos mercados que lhe sustentam, os artistas outsiders a esse sistema - mas não necessariamente outsiders do campo da arte legitimada - buscam vias alternativas, encontrando uma recepção mais calorosa em segmentos que não são necessariamente os seus. O que vemos é muitas vezes estes trabalhos nascerem como experiências híbridas, estrategicamente locados no entremeios desses universos, de modo que possam circular com igual naturalidade no campo da dança, do teatro e até mesmo nas instituições de artes visuais quando e se absorvidos.

A postura assumida por determinados artistas em prol de sua sobrevivência é muitas vezes a de negação da própria instituição. Estes são levados a um paradigma de ação que é a um só tempo a batalha contra um economicismo das relações, no qual há arte quando há mercado, e a disputa interior no próprio campo, palmilhando os espaços simbólicos em busca de fissuras para sua existência e pertencimento como tal, para além das ferramentas discursivas e cerebrais de

¹²¹. Tradução do autor.

¹²² Tradução do autor.

definição da arte (cada vez mais entreposta em interesses muito específicos). Como sintetiza Olivier de Sagazan, “Parece-me que a instituição na França organiza-se pela linha pura de Hegel: é necessário quebrar a escória emocional e finalmente fazer da arte um ramo da filosofia”¹²³.

Da interação intimista e subjetiva com a arte até os posicionamentos mais mercadológicos e corporativos, o que podemos inferir é que a moda e suas indústrias adquirem e exercem um considerável poder sobre este campo, ainda que em constante disputa. Produzir conclusões sobre este fenômeno seria minimamente incauto visto tratar-se de algo em evolução contínua e que depende de inúmeros fatores invisíveis aos olhos do sociólogo interessado. Ao contrário de postularmos respostas, o que podemos fazer é provocar com outras perguntas. Ao intentarmos compreender qual o real alcance do luxo e de seus mercados sobre a arte contemporânea, seus artistas, instituições e públicos, é que perceberemos que estamos diante de uma reescrita perene e inconclusiva da arte como prática social.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bourdieu, Pierre (1996). *As regras da arte: Gênese e estrutura do campo literário*. São Paulo: Cia das Letras.
- Bourdieu, Pierre (2015). *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva.
- Bourdieu, Pierre & Delsaut, Yvette (1975). *Le Couturier et sa griffe: contribution a une théorie de la magie*. Paris: Persée.
- Crane, Diana (2006). *A moda e seu papel social: Classe, Gênero e Identidade das Roupas*. São Paulo: Editora Senac.
- Duggan, Ginger Gregg (2002). O maior espetáculo da Terra: os desfiles de moda contemporâneos e sua relação com a arte performática. *Fashion Theory*, São Paulo, v. 1, nº 2, pp. 3-30.
- Figueredo, Henrique Grimaldi (2018). *Entre padrões de estetização e tipologias econômicas: a economia estética na moda contemporânea a partir da passarela de Alexander McQueen (1992-2010)*. Dissertação de Mestrado. Juiz de Fora: Editora UFJF - Instituto de Artes e Design da Universidade Federal de Juiz de Fora.
- Guerra, Paula & Figueredo, Henrique Grimaldi (2020). Prosopografias clubbers em São Paulo e Londres: Moda, estilo, estética e cenas musicais contemporâneas. *Revista TOMO*, n. 37 (2020): jul./dez., pp. 215-252.
- Guerra, Paula & Figueredo, Henrique Grimaldi (2019) Today Your Style, Tomorrow the World: punk, fashion and visual imaginary. *ModaPalavra, Florianópolis*, V. 12, n. 23, pp. 112-147.
- Jackson, Tim (2004). A contemporary analysis of global luxury brands. Birtwistle, Grete; Bruce, Margaret & Moore, Christopher (Orgs.). *International Retail Marketing, a case study approach*. Oxford: Elsevier.
- McRobbie, Angela (1998). *British Fashion Design: Rag Trade or Image Industry?* London: Routledge.
- Moulin, Raymonde (1992). *L'Artistes, L'institution et le marché*. Paris: Flammarion.
- Moulin, Raymonde (2007). *O mercado da arte: mundialização e novas tecnologias*. Porto Alegre: Zouk.
- Moureau, Nathalie et al (2016). *Présumé coupable: droit de suite et évolution du marché international de l'art*, Paris: Les cahiers de l'EMNS.
- Moureau, Nathalie & Bret, Jean-Noël (2013). *L'art, l'argent et la mondialisation (Logiques sociales)* Paris: Editions L'Harmattan.
- Negrin, Llewellyn (2012). Aesthetics: Fashion and aesthetics, a fraught relationship. Geczy, Adam & Karaminas, Vicki. *Fashion and art*. Londres: Berg.
- Ortiz, Renato (1998). *Mundialização e cultura*. São Paulo: Brasiliense.
- Ortiz, Renato (2000). *O próximo e o distante: Japão e a modernidade-mundo*. São Paulo: Brasiliense.
- Troy, Nancy (2002). *Couture culture: A study in modern art and fashion*. Cambridge: MIT Press.

¹²³ Tradução do autor.

CONVERSATIONS AVEC OLIVIER DE SAGAZAN

CONVERSAS COM OLIVIER DE SAGAZAN

CONVERSATIONS WITH OLIVIER DE SAGAZAN

CONVERSACIONES CON OLIVIER DE SAGAZAN

"I am flabbergasted in seeing to what degree people think it is normal to be alive. All my focus is to reveal this strangeness of being in the world."

Olivier de Sagazan

Henrique Grimaldi Figueredo: Au cours des 20 dernières années, votre pratique artistique a connu une forme de création hybride entraînant, par exemple, la photographie, la peinture, la sculpture. Quel est le rôle de la performance dans votre travail? Porte-t-elle encore une dimension de la tradition de ce qu'elle était à partir des années 1960 ou cette forme artistique est devenue autre chose?

Olivier de Sagazan: Je suis un peintre et un sculpteur et avant tout un bio-logiste. Quand je fais une oeuvre je tente de lui donner une présence qui se rapprocherait de tout organisme vivant, en faire un « fétiches actif » comme disait Leiris. Un jour de juin 1998 ny arrivant pas, j'ai décidé de mettre mon corps dans ma sculpture et ainsi « au moins » il y aurait ma propre vie qui serait « dedans ». J'ai donc pris ma tête comme un socle et dessus, j'y ai construit d'autres têtes avec de l'argile et de la peinture. Voici l'idée à l'origine, n'arrivant pas à donner vie avec mes mains de l'extérieur, je l'ai fait en mettant mon corps dans la bataille comme disait l'autre.

Henrique Grimaldi Figueredo: Lyndsey Winship, critique du Guardian, a décrit votre performance Transfiguration en ces termes: "Transfiguration d'Olivier de Sagazan doit être l'une des choses les plus originales et les plus incroyables que vous puissiez voir"; Dans le même esprit, Cristina Marino, du *Le Monde*, a déclaré: "Difficile de 133ssocie compte par des motes, cette 133ssocie133tation inclassable à la frontière entre la body painting, la transe, la transformation physique...". Au Brésil, le nom Olivier de Sagazan est 133ssocie à des pratiques transgressives et innovantes dans la performance française. Pourriez-vous nous en dire un peu plus sur les aspects liés à la création de Transfiguration: qui est le sujet de performance? Est-il toujours Olivier de Sagazan? Comment a été l'accueil du public dans cette performance?

Olivier de Sagazan: La transgression doit venir du fait de la défiguration auquel le public assiste. C'est pourquoi certains, à tort, classe mon travail de morbide ou mortifère. C'est à mon sens une lourde erreur, la défiguration en art pour moi n'est qu'une tentative de mettre à distance le corps pour l'étudier et surtout se laisser surprendre. Ces défigurations ne sont là que pour interroger le « vivant ». Le passage de la « Sainte Face » à la « Tête Viande » comme j'aime à le dire, est pour moi une ruse pour faire se réveiller le « dormeur » qui est en chacun de nous: nous vivons dans une forme d'hallucination collective où par un effet d'habituation ou d'accoutumance : nous ne voyons plus le caractère singulier et étrange de la vie et il nous faut des images très fortes pour soudain nous ramener à cette prise de conscience. Je ne vise que cela, par ces images me voir, m'observer comme le ferait un Alien qui nous regarderait pour la première fois.

Henrique Grimaldi Figueredo: Le sociologue et philosophe polonais Zygmunt Bauman nous dit que "les batailles identitaires ne peuvent accomplir leur tâche d'identification sans se diviser autant ou plus que s'unir. Leurs intentions inclusives se mêlent à (ou sont complétées par) leurs intentions de ségréger "(Bauman, 2005: 85). De même façon, Byung Chul Han, dans sa lecture de Richard Sennett, travaille sur l'effondrement du soi dans une société de performance basée sur l'absence de satisfaction de soi, de sorte que le sujet cherche toujours à se reconnaître en soi et à se perdre

complètement. Est-il possible de lire la Transfiguration à partir de cette inquiétude contemporaine de se rencontrer, avec cette identité incapable de se stabiliser?

Olivier de Sagazan: Je ne suis pas certains de bien saisir ces propos. Le passage à la défiguration à une effet sidérant car le visage de petit fonctionnaire propre que je présente au début est tout à fait identifiable et bien normé. Soudain il bascule dans le chaos, il y a là un effondrement ontologique qui est malgré tout salvateur car cette chair nu sans repère aucun, nous met en face de notre propre énigme. L'innommable que je porte soudain ici se révèle.

Henrique Grimaldi Figueredo: Dans la dimension opérationnelle du système institutionnel de l'art, serait-il possible de muséaliser votre travail sans perdre sa puissance? Comment votre travail est-il généralement institutionnalisé? Existe-t-il une résistance du corps (en tant que support) à l'institutionnalisation?

Olivier de Sagazan: Je n'ai pas de contact avec les musées, pour l'essentiel ma performance se fait dans des festivals de danse ou théâtre.

Henrique Grimaldi Figueredo: En ce qui concerne le marché, on sait que dans le monde de l'art, en particulier en France, certains collectionneurs et agents centraux de la collection et de l'institutionnalisation de l'art contemporain, tels que Bernard Arnault et François Pinault. Ils possèdent des collections d'art contemporain reconnues internationalement et des musées privés pour les exposer. Comment cette centralité exercée par certains agents a-t-elle un impact sur le marché de l'art en France?

Olivier de Sagazan: Je réalise ma performance deux ou trois fois par mois à l'étranger, il semble que je suis un inconnu en France au niveau des institutions. Je vais faire pour la première fois ma performance dans un lieu institutionnel en mars 2020 au Lieu Unique à Nantes. Après l'avoir fait plus de 200 fois à l'étranger.

Henrique Grimaldi Figueredo: Toujours en relation avec cette centralité exercée par certains collectionneurs ayant une participation active au marché secondaire et aux conseils d'acquisition de musées importants, pensez-vous que ce type de monopole peut produire - dans une certaine mesure - des tendances esthétiques et le choix des supports considérés "Plus appropriés" pour la génération de nouveaux artistes désireux d'entrer dans le "système légitime" de l'art?

Olivier de Sagazan: Il me semble que l'institution en France est dans la pure lignée de Hegel: « Il faut séparer des scories affectives et faire enfin de l'art une branche de la philosophie ». No comment.

Henrique Grimaldi Figueredo: En tant qu'artiste reconnu dans l'art contemporain qui a réussi à travailler avec différents médias que recommanderiez-vous aux jeunes artistes pour qu'ils puissent produire à leur plein potentiel sans succomber aux pressions du marché?

Olivier de Sagazan: Il ne faut pas faire de la chose artistique un élément à part de votre vie. Votre travail artistique doit s'effectuer sur des ressentis internes très forts. On est jamais aussi vivant que face à un tableau ou sur la scène.



Figure 1: Olivier de Sagazan. *Transfiguration*. Performance
Source: Image avec l'aimable autorisation d'Olivier de Sagazan.

CONVERSAS COM OLIVIER DE SAGAZAN¹²⁴

CONVERSATIONS WITH OLIVIER DE SAGAZAN

CONVERSATIONS AVEC OLIVIER DE SAGAZAN

CONVERSACIONES CON OLIVIER DE SAGAZAN

Henrique Grimaldi Figueredo: A sua prática artística experimentou nos últimos 20 anos um aspecto de criação híbrido que envolveu fotografia, pintura, escultura, entre outras práticas. Qual o papel da performance em seu trabalho? No contemporâneo ela ainda carrega uma dimensão da tradição do que foi a partir dos anos 1960 ou já é outra coisa?

Olivier de Sagazan: Sou pintor e escultor e, acima de tudo, biólogo. Quando faço um trabalho, tento dar-lhe uma presença que seja próxima a qualquer organismo vivo, torná-lo um "fetiche ativo", como Leiris costumava dizer. Um dia, em junho de 1998, decidi colocar meu corpo em minha escultura e, assim, "pelo menos" haveria minha própria vida que seria algo "interior". Então tomei minha cabeça como base e nela construí outras cabeças com argila e tinta. Aqui está a ideia original: eu não poderia dar vida às minhas mãos numa exterioridade, eu fiz isso colocando meu corpo em batalha como diriam os outros.

Henrique Grimaldi Figueredo: Lyndisey Winship, crítica do The Guardian, escreveu sobre sua performance Transfiguration nesses termos "a Tranfiguração de Olivier de Sagazan, é uma das coisas mais originais e incríveis que alguém poderia presenciar"; de modo semelhantemente elogioso, Cristina Marino, do Le Monde, afirma "difícil de explicar através de palavras, é uma representação inclassificável e fronteira à pintura corporal, ao transe, e à transformação psíquica" No Brasil, o nome Olivier de Sagazan surge associado às práticas transgressoras e inovadoras no campo da performance francesa. Você poderia nos falar um pouco mais sobre os aspectos que envolveram a criação de Transfiguration, quem é aquele sujeito que performa, ele ainda é Olivier de Sagazan? Como foi a recepção do público em relação à esta performance?

Olivier de Sagazan: A transgressão deve vir do fato da desfiguração que é assistida pelo público. É por isso que algumas pessoas, erroneamente, classificam meu trabalho como mórbido ou mortal. Na minha opinião, é um grande erro, a desfiguração na arte para mim é apenas uma tentativa de distanciar o corpo para estudá-lo e, acima de tudo, de ser surpreendido. Essas desfigurações existem apenas para questionar os "vivos". A transição da "cara sagrada" para a "cabeça de carne", como eu gosto de dizer, é para mim um truque para acordar aquele "ser latente" que está em cada um de nós: vivemos em um tipo de alucinação coletiva ou através de um efeito de habituação ou costume: não vemos mais o caráter singular e estranho da vida e precisamos de imagens muito fortes para nos trazer subitamente de volta a essa consciência. É o que pretendo com essas imagens: me ver, me observar como faria um Alien que olharia para nós pela primeira vez.

Henrique Grimaldi Figueredo: O sociólogo e filósofo polonês Zygmunt Bauman nos fala que "As batalhas de identidade não podem realizar sua tarefa de identificação sem dividir tanto quanto, ou mais do que, unir. Suas intenções includentes se misturam com (ou melhor, são complementadas por) suas intenções de segregar" (Bauman, 2005. 85), de igual modo Byung Chul Han em sua leitura de Richard Sennet trabalha o colapso do self numa sociedade do desempenho a partir da inexistência de uma autossatisfação, o sujeito busca sempre se reconhecer em si e se perde por completo. É possível lermos Transfiguration a partir dessa ansiedade contemporânea de encontro consigo mesmo, com essa identidade impossibilitada de se estabilizar?

Olivier de Sagazan: Não sei se entendi esses conceitos. Para mim, a transição para a desfiguração tem um efeito impressionante, porque o rosto de um pequeno oficial limpo que apresento no início

¹²⁴ O autor contou com a preciosa revisão de Juliana Closes Miraldi.

é completamente identificável e bem padronizado. De repente, ele cai no caos, há um colapso ontológico - apesar de tudo se salvar - porque essa carne nua, sem qualquer marca de referência, nos coloca diante de nosso próprio enigma. O inominável que de repente uso aqui é revelado.

Henrique Grimaldi Figueredo: Na dimensão das operações do sistema institucional da arte, como seria possível musealizar seu trabalho sem infringir uma perda de sua potência? Como seu trabalho é geralmente institucionalizado? Há uma resistência do suporte-corpo à institucionalização?

Olivier de Sagazan: Não mantenho contato com os museus, na maioria das vezes minha performance é realizada em festivais de teatro e dança.

Henrique Grimaldi Figueredo: Em relação ao mercado sabemos que nos mundos da arte, particularmente na França, alguns colecionadores associados ao capital corporativo vem se consolidando desde os anos 1990 como agentes centrais no colecionismo e institucionalização da arte contemporânea, são os casos de Bernard Arnault e François Pinault, por exemplo, ambos possuem coleções de arte contemporânea de renome internacional e museus privados para exibi-las. Como essa centralidade assumida por alguns agentes impacta o mercado de arte na França?

Olivier de Sagazan: Realizo minha performance duas ou três vezes por mês no exterior, mas parece que sou um desconhecido na França à nível institucional. Eu realizei meu primeiro trabalho em uma instituição francesa em março de 2020, no Lieu Unique em Nantes, depois de já ter performado mais de duzentas vezes no exterior

Henrique Grimaldi Figueredo: Ainda em relação a esta centralidade assumida por alguns colecionadores que possuem participação ativa no mercado secundário e nos conselhos de aquisição de importantes museus, você acha que esse tipo de monopólio é capaz de produzir - em certa medida - tendências estéticas, escolha de suportes considerados “mais apropriados”, etc, pela geração de novos artistas ávidos em ingressarem no “sistema legitimado” da arte?

Olivier de Sagazan: Parece-me que a instituição na França organiza-se pela linha pura de Hegel: é necessário quebrar a escória emocional e finalmente fazer da arte um ramo da filosofia. Sem comentários.

Henrique Grimaldi Figueredo: Na categoria de um criador de referência na arte contemporânea que trabalhou e trabalha a partir de distintos suportes, qual a sua recomendação aos jovens artistas para que possam produzir em toda sua potência sem arrefecer antes às pressões mercadológicas?

Olivier de Sagazan: Você não deve fazer da coisa artística um elemento à parte da sua vida. Seu trabalho artístico deve ser realizado com sentimentos internos muito fortes. Nós nunca estamos tão vivos como quando estamos diante de um quadro ou sobre um palco.



Figura 2: Olivier de Sagazan. *Transfiguration*. Performance

Fonte: Imagem cedida por Olivier de Sagazan.

Henrique Grimaldi Figueredo. Doutorando do Departamento de Sociologia da Universidade Estadual de Campinas, Brasil. Bolsista da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP). E-mail: henriquegrimaldifigueredo@outlook.com. ORCID: 0000-0002-6324-4876.

Recepção: 10/03/2020

Aprovação: 30/03/2020

Citação:

Figueredo, Henrique Grimaldi (2020). A indústria da moda e o mercado de arte contemporânea: Um debate introdutório & Conversations avec Olivier de Sagazan. *Todas as Artes. Revista Luso-brasileira de Artes e Cultura*, Vol. 3(2), pp. 122-138 . ISSN 2184-3805. DOI: 10.21747/21843805/ta3n1reg1