

PAGANDO PELAS ARTES : DILEMAS NORTE-AMERICANOS EM AÇÃO

Vera L. Zolberg*

RESUMO. O artigo descreve e discute os problemas surgidos com a necessidade de patrocínio para artes que não são auto-sustentáveis no contexto dos Estados Unidos atualmente. A autora conclui que, embora a transformação do patrocínio estatal, virtualmente completo ainda não tenha ocorrido em países que estão tentando adotá-lo, a tendência à privatização estabelece os parâmetros para mudanças de forma e substância das artes e de seu público.

As artes nos Estados Unidos da América, totalmente ou em grande parte, são consideradas assunto de ordem privada, distintamente ao que acontece em muitos países europeus nos quais o patrocínio das artes, plenamente ou em larga escala, é considerado função do Estado. Assim, como no caso dos assuntos relativos ao bem-estar social, o Estado tem resistido em patrocinar diretamente museus, óperas, orquestras sinfônicas e outras instituições culturais. Em vez disso, seguindo a sua concepção de arte erudita enquanto arte pertencente ao setor privado, o apoio governamental, quando concedido, tende a ser indireto. O governo tem criado leis que concedem benefícios fiscais a indivíduos e empresas através de doações e patrocínios. Ao longo dos anos, o Estado também tem reforçado as estruturas privadas de patrocínio - tais como as fundações - e encorajado o apoio financeiro das empresas. Nos Estados Unidos, as fundações e a filantropia corporativa não são as únicas fontes privadas de apoio cultural. O setor privado inclui as artes comerciais lucrativas, tratadas como qualquer outro tipo de negócio.

Muitos críticos e artistas temem que as pressões comerciais conduzam ao indesejado efeito de barateamento da qualidade estética. Enquanto teóricos das sociedades de massas, antevêm perigos para um público indiscriminado. Se estiver fora do patrocínio idealizado, representado por apoios individuais, fundações ou corporações esclarecidas, a dependência do setor privado, no

* Vera Zolberg é professora do Departamento de Sociologia da New School for Social Research - Nova Iorque.

sentido comercial, é considerada uma ameaça à sua autonomia. Esta é apenas uma das ambigüidades que sublinham as possibilidades de a arte erudita sobreviver. Neste artigo, coloco os dilemas criados pela necessidade de patrocínio dos tipos de arte que não se auto-sustentam nos Estados Unidos da América, no contexto do final do século XX. O que parece ser uma história de sucesso por parte da arte erudita, em virtude do crescente acesso por uma parte considerável da população, será mostrado enquanto situação tênue que requer a vigilância constante da parte de atores e instituições.

ANTECEDENTES DE UMA LÓGICA PARA O PATROCÍNIO DA CULTURA

Nos Estados Unidos o status das artes tem sido ambíguo. Por um lado, as artes eruditas possuíam conotações elitistas que pareciam estar em descompasso com a democracia, por outro lado, as artes comercializadas eram vistas como indignas de atenção e consideradas grosseiramente materialistas ou mesmo imorais. Essas visões, combinadas com a relutância em expandir a autoridade do estado central, fizeram com que o envolvimento do governo nacional em políticas culturais parecesse ilegítimo. Isso foi especialmente verdadeiro, tendo em vista que também significava que recursos fiscais pudessem ser usados para subsidiar as artes. Majoritariamente, as artes foram tratadas como assuntos locais, da competência dos estados e municípios, mas amplamente relegadas ao "setor privado".

Embora o setor privado inclua as artes que se beneficiam dos apoios de indivíduos, fundações, empresas, igrejas e outras entidades não-governamentais, as artes da indústria cultural fazem parte também do setor privado. Mais ainda, as artes eruditas e as artes comerciais não habitam esferas inteiramente separadas (Zolberg V., 1990). Enquanto as artes comerciais almejam mais abertamente ao lucro, interesses financeiros também penetram nas artes eruditas. A manutenção de formas artísticas que de outra maneira sucumbiriam sem o subsídio governamental é central para a tendência à privatização. É importante, portanto, examinar a superposição e a convergência entre essas categorias de engajamento na produção cultural, quando a sua disseminação e recepção aumentam e quando a autoridade estatal declina.

Diferentemente dos estados europeus, nos Estados Unidos foi principalmente durante o século XX que um Estado forte se desenvolveu. Sua emergência está fortemente interligada à nacionalização das indústrias da comunicação e inovações tecnológicas que servem de base para os meios de comunicação de massa. Essas tendências também afetaram o domínio da cultura erudita. Sendo um estado descentralizado com pouco em matéria de política cultural nacional, os Estados Unidos têm se tornado mais centralizados. Em anos recentes, tomadas de decisão e controle de publicações, cinema, televisão, arte comercial e gravações que tinham ficado sob o controle de empresários e

dos mercados financeiros de Nova Iorque têm se tornado crescentemente globalistas.

O globalismo tem sido, certamente, evidente nas artes comerciais populares durante décadas. A adulação européia da arte comercial norte-americana tem raramente decaído, desde os "westerns" de Buffalo Bill até à música de jazz. Artistas eruditos norte-americanos, por outro lado, eram freqüentemente estrelas menos bem sucedidas na Europa, a não ser que, como George Gershwin, seus trabalhos contivessem um forte teor popular e comercial. Apenas após a 2a. Guerra Mundial, os trabalhos de grandes pintores, tais como os expressionistas abstratos (Guilbaut, 1983) e certos modernos estilistas e artistas "pops" outros, tais como Andy Warhol ou Keith Haring, vieram a ser altamente reconhecidos na Europa e nas mais prósperas nações das bandas do Pacífico. Esse também foi o caso para instrumentistas e orquestras, companhias de ópera, grupos de teatro e dança e outros espetáculos. O reconhecimento da cultura e da arte eruditas pela Europa deve-se muito ao surgimento das instituições culturais -- museus, orquestras sinfônicas e companhias de ópera. Distintamente das formas artísticas comerciais, elas não poderiam ter sobrevivido e crescido sem patrocínio. Antes que o governo nacional desse seu apoio, contudo, os Estados Unidos tiveram de superar a sua tradicional relutância em expandir funções governamentais nacionais, especialmente em um domínio, de alguma forma, suspeito. Foi aí que teve início a institucionalização.

A condição indispensável para o patrocínio das instituições artísticas era o desprendimento: tinha que ser assumido que o valor era inerente a esta forma artística, independentemente de quaisquer motivos materiais. Mais do que suportar o ímpeto das pressões comerciais e outras, essas artes são abrigadas pelo subsídio público. É presumível que às formas artísticas que tenham sido ou continuem a ser lucrativas - teatro, dança, jazz e artes da mass media - faltam o que é reconhecido como tendo valor desinteressado. Em um tipo de raciocínio circular, por serem lucrativas, elas são tratadas como mero entretenimento e não merecedoras de subsídio público. Ainda que critério similar, amplamente derivado da estética kantiana, diferencie as artes altamente valorizadas das menos prestigiadas em muitos países europeus e sublinhem a sua sacralização em instituições acadêmicas, na prática, as distinções delineadas variam com o contexto ou tradição.

Os patrocinadores das artes eram elites locais que agiam enquanto patrões de instituições que fundaram como clubes quase privados. Eles usavam seus museus para expor coleções pessoais e realizar apresentações que se tornaram ocasiões para se auto-exporem. Embora fossem laureados pelo seu altruísmo, os patrocinadores de museus puderam usar suas instituições para aumentar o valor de seus quadros. Excetuando os empresários da música (fabricantes de instrumentos e editores), os patrões lograram pouco benefício material pelo apoio prestado a orquestras sinfônicas ou às companhias de ópera. Até o advento do apoio público substancial no século XX, as orquestras sinfônicas e

companhias de ópera tiveram que se enquadrar como atividades comerciais. Filantropos de elite compartilharam essa liderança com editores de música e fabricantes de instrumentos que patrocinavam concertos, construíam auditórios para concertos (Steinway e Aeolian Halls na cidade de Nova Iorque) ou organizavam temporadas para músicos de qualidade estelar em troca do endosso para seus produtos. Isso foi particularmente saliente em Nova Iorque que se tornou o centro das agendas para a maior parte das temporadas nacionais, sejam de teatro, concerto ou ópera. O envolvimento comercial militou contra o desprendimento que pôde ser atribuído às artes visuais.

Esta pode ser uma das razões que sublinham por que as artes performáticas retardaram-se, ficando colocadas atrás da escultura e pintura em termos de institucionalização. Das muitas companhias de ópera fundadas desde o final do século XIX, muitas foram dissolvidas após a morte ou saída de seus fundadores. Os museus fundados no mesmo período, no total, têm durado mais tempo. Isto foi devido, em grande parte, ao apoio municipal que muitos deles lograram obter em troca de sua abertura (frequentemente a baixo ou a nenhum custo) para o público em geral. As organizações performáticas raramente faziam isso, muito embora compartilhassem da obrigação, juntamente com outras instituições culturais, de fornecer elevação e educação para os propósitos democráticos. As orquestras segregavam seu público não-elite limitando sua missão a comemorações, festivais ou concertos de verão, ao ar livre, deliciares das audiências. Estes concertos populares ajudaram aos curadores e fiadores a também lidarem com problemas adicionais: empregar instrumentistas fora da temporada regular e cobrir os persistentes déficits dos concertos de música "séria". Ainda que os preços dos ingressos fossem mais baixos do que para as apresentações regulares, os concertos populares eram frequentemente realizados em auditórios muito grandes ou em espaços ao ar livre, permitindo a frequência de grandes audiências (Otis, 1924, pp. 22-97; Sablosky, pp. 99-102). A despeito dos apelos dos críticos e músicos, especialmente daqueles familiarizados com práticas européias, nenhum subsídio federal veio a apoiar a música, nem os governos municipais deram à música o que tinha sido concedido aos museus, exceto em circunstâncias raras.

O LADO COMERCIAL DA PRIVATIZAÇÃO: A MÚSICA SÉRIA

Em seu estudo das orquestras sinfônicas nos Estados Unidos, Philip Hart argumenta que quando "o rico *establishment* empresarial decidiu patrocinar orquestras no final do século XIX, foi rejeitada a idéia do patrocínio governamental: "A idéia de procurar apoio municipal ou estadual, para a sua orquestra ou para a construção do *Symphony Hall* (em Boston) simplesmente nunca ocorreu a Henry Higginson ou aos seus colegas (Hart acrescentou, escrevendo no início dos anos 70.) e este pensamento persiste até hoje, mesmo

quando os maestros de nossas orquestras se vêem forçados a recorrerem ao governo (1973, p.349).

Até o advento do subsídio governamental, a música séria dependia da filantropia privada, combinada à perspicácia empresarial. Durante várias décadas, começando antes da primeira guerra mundial, o empresário Arthur Judson astutamente, gerenciou grandes orquestras, revistas especializadas de música e concertos para muitas das artes performáticas, incluindo excursões e o patrocínio de maestros visitantes virtualmente em todo o país. Judson organizou apresentações em rádio através de sua própria agência, eventualmente tornando-se seu acionista, secundando apenas William Paley, da CBS. Ele promoveu gravações de música clássica e organizou agendas nacionais para concertistas através de agências independentes, que ele trouxe para a *Columbia Concerts Corporation* e para os Concertos Comunitários, estratégia do empresário para a construção de audiências. Com o suporte financeiro da CBS e de seus próprios recursos, Judson estabeleceu a regularidade de contratos, pagamentos a concertistas e o desenvolvimento de públicos assinantes. Quando, eventualmente, a NBC organizou uma competidora congênere (NCAC), em vez de brigarem entre si, as duas gigantescas organizações colaboraram, através de acordos de cavaleiros, cavando circuitos em cidades de tal forma que uma não atravessava o território da outra. No seu ápice, as duas agências controlavam entre si a vida musical de 2000 cidades!

Enquanto que as maiores orquestras sinfônicas tendiam a ser entidades independentes que ocasionalmente tocavam em espetáculos teatrais e óperas, as orquestras eram freqüentemente ligadas às companhias de ópera ou ao rádio e televisão estatais, apresentando-se mais raramente em concertos independentes ao vivo (Hart, 1973, 3). O patrocínio das mesmas foi proveniente de subsídios governamentais ou, mais tarde, de impostos pagos aos serviços de rádio pelos contribuintes, provendo, daí por diante, o status de seus empregos, através da previsibilidade que os músicos norte-americanos lograram obter. A extensão do emprego regular para os mesmos, no entanto, foi, em grande parte, realizada através do “paternalismo cultural” praticado por Judson e sua contraparte na NCAC. Exauridos pela vida sem fim na estrada, os músicos ficaram muito gratos em poder desistir de uma certa liberdade em troca de uma posição regular. Do ponto de vista dos públicos, das orquestras e instrumentistas, a situação de monopólio possuía a vantagem de poder organizar excursões, festivais de verão e audiências.

Quem se encontrava em melhor situação, os músicos norte-americanos ou europeus ? Estão os implementadores europeus de políticas - que vêem a mistura norte-americana de desinteresse e comércio como uma panacéia para os altos custos dos subsídios para as artes cênicas - corretos? Eles deveriam considerar os custos para artistas individualmente, assim como para a forma artística. Sob o monopólio que descrevi, a maioria das orquestras e concertistas ficaram engasgados com repertórios padronizados, possuíam pouca autonomia ao negociar pagamentos e percentagens; novos talentos tinham dificuldade de

entrar no campo. Foram três décadas de pressão sobre o Departamento da Justiça para que essas práticas monopolísticas finalmente acabassem entre 1940 e 1952. A aplicação vigorosa de regras anti-monopolísticas teve um impacto muito maior sobre as formas de entretenimento de massa (simplesmente por causa da escala) do que sobre as artes eruditas. Entre outras coisas, essas regras forçaram os estúdios de Hollywood a livrarem-se de distribuição de bonificações (Monaco, 1979, 30). No mundo da música clássica, as novas políticas quebravam o controle sobre agendas e permitiam a outras agências de gerenciamento entrar no campo e penetrar as barreiras dos contratos exclusivos e excursões (Hart, 1973, 96-120). Por outro lado, a regularidade no emprego de músicos estabelecidos foi posta em questão.

Com o surgimento da Grande Depressão, a situação dos músicos piorou. Pela primeira vez, contudo, o governo iniciou o apoio para as artes. Programas do New Deal encorajaram músicos desempregados a formarem ou a se associarem a orquestras subsidiadas. Em troca, muitos deles tocavam em escolas ou em centros comunitários. Em alguns casos, as municipalidades ou os sindicatos dos músicos forneciam apoio. A expansão da música séria ao interior foi ajudada também por um crescente número de músicos que eram refugiados de Hitler. Eventualmente esses grupos improvisados se tornavam orquestras estabelecidas (Hart, 1973, 51). Mas tudo isso acabou com a Segunda Guerra Mundial, junto com o falecimento do sistema de gerenciamento monopolizado, mas regular, dos concertos. Enquanto os músicos demandaram melhores condições materiais, os agentes eram obrigados, mesmo a contragosto, a procurarem novas fontes de apoio. A despeito de sua relutância, o próprio Judson ajudou a criar a Liga da Orquestra Sinfônica Norte-Americana e fazer *lobby* pelo apoio governamental.

Entre o início da década de 1950 e os meados dos anos 60, virtualmente, não houve qualquer patrocínio governamental nacional para as artes e relativamente pouco patrocínio privado. A entrada da Fundação Ford como doadora majoritária estava apenas começando. Uma vez que as estruturas de apoio federais e fundacionais haviam assentado seu impacto combinado, cresceu o número de instituições regionais. Diferentes dos monopólios comercialmente baseados, esse patronato permitiu a algumas das novas orquestras a serem mais autônomas, experimentais, mesmo idiossincráticas. A disponibilidade de fundos governamentais e fundacionais permitiram a certas orquestras a desenvolverem seu estilo próprio de desempenho, mesmo ao risco de perderem parte de seu público. Uma poucas fizeram a sua reputação ao apresentarem difíceis trabalhos contemporâneos. De alguma forma independentemente dessas estruturas de apoio, universidades em expansão ofereceram posições no ensino para músicos e, em alguns casos, apoiaram compositores que trabalhavam em modos muito experimentais.

Mesmo a ópera que, por causa de seus custos enormes, estava sob maior pressão do que as orquestras, beneficiou-se das novas fontes de recursos. Quando a Fundação Ford decidiu ajudar a Ópera da Cidade de Nova Iorque em

1957, ela concedeu recursos para comissionar óperas contemporâneas . Essas políticas expandiram grandemente as instituições musicais através do país a cerca de 223 orquestras sinfônicas, das quais apenas 11 não eram sem fins lucrativos. Duzentas e doze orquestras sem fins lucrativos nasceram em todo o país, sendo que o estado mais aquinhoado foi a Califórnia (20 orquestras), recebendo rendas de mais de US\$27 milhões. Nova Iorque ficou em segundo (18 orquestras), mas suas rendas agregadas também chegaram a perto de US\$27 milhões. De uma terra quase devastada, com a cultura organizada torno de um único (ou no máximo dois) centro de artes eruditas, os Estados Unidos se tornaram um mundo artístico vivo.

Após a Segunda Guerra Mundial, com a ajuda do governo federal e das fundações, as audiências, famintas por cultura tinham expandido tanto que parecia lógico assumir que a música séria deveria ter se tornado comercialmente viável. Contudo, tanto mais orquestras eram fundadas e mais apresentações eram realizadas, mais altos eram os seus déficits. Como poderiam sobreviver sem indevidamente aumentar o preço dos ingressos? Nesse momento de ruptura surgiu uma contribuição muito importante: a descoberta da lacuna nos ganhos (Baumol e Bowen, 1966, 116).

Em seu estudo, hoje clássico, William J. Baumol e William G. Bowen mostraram com aparentemente incontrovertida evidência que, diferentemente de produtos de massa, as artes apresentadas ao vivo eram inerentemente inclinadas a custos demasiados. A razão para esse paradoxo era porque seu valor cultural dependia de um nível de qualidade que estabelecia limites severos à produtividade. Uma vez que as despesas básicas eram altas e fixas, multiplicando o número de apresentações, mesmo que tivessem a sua lotação esgotada, tinham o efeito de virtualmente garantirem déficits crescentes. Tentativas de fazer apresentações ao vivo mais produtivas eram fadadas ao fracasso, uma vez que se a audiência e o espaço fossem aumentados então a qualidade íntima requerida para muitos trabalhos poderia ser perdida. Contudo, argumentam os autores, o valor cultural de certas artes performáticas era tal que o governo federal tinha a obrigação de subsidiá-las. Uma década mais tarde seu pleito foi levado por um outro economista, Dick Netzer, que tentou conseguir subsídios para a Companhia Metropolitana de Ópera, baseado no fato de que a mesma era meritória e que merecia subsídios governamentais mesmo estando localizada em Nova Iorque e fornecer acesso apenas limitado a forasteiros (Netzer, 1976).

COMÉRCIO E PRIVATIZAÇÃO: O MUSEU DE ARTE

O papel proeminente que os museus de arte desempenham na valorização da arte hoje representa uma saída para um passado, quando, ao contrário, os museus eram mais uma barreira do que uma abertura de trilhas para a arte nova e para os artistas norte-americanos vivos (Horowitz, 1976, 22). Excetuando os

poucos artistas que se tornaram pintores da moda, ou os que eram bem sucedidos em obter encomendas, o sucesso era ilusório. Poucos revendedores comercializavam a arte produzida por norte-americanos vivos, preferindo artistas falecidos ou europeus. No todo, a institucionalização da pintura diferenciava-se da institucionalização da música. Enquanto que orquestras sinfônicas e companhias de ópera do século XIX competiam entre si através da introdução de novidades na forma de novos trabalhos ou atrações estelares, os museus de arte procuraram artistas norte-americanos contemporâneos e obras de arte apenas quando não podiam obter antiguidades e obras dos velhos mestres (mesmo que algumas vezes de autenticidade duvidosa) para as suas coleções. Como mostrou Raymonde Moulin, no presente, os curadores de arte moderna têm um forte interesse em adquirir trabalhos recentes (Moulin, 1987), mas anteriormente, os museus de arte eram criaturas de seus colecionadores-curadores mais conservadores (Zolberg, 1974).

Para a arte contemporânea ser reconhecida, necessitou-se do envolvimento orquestrado e ativo de artistas, alguns padrões-colecionadores, e umas poucas galerias inovadoras que começaram a partir do começo do século XIX a exibirem novos estilos de moda, amplamente da Europa, mas suprimindo, até um certo ponto, aos artistas modernos norte-americanos. As artes visuais e performáticas estavam ligadas às mesmas bases comerciais que as artes comerciais e ao crescimento da "mass media" que em grande parte estavam ancorados na publicidade. Isto já havia se tornado de importância crescente em décadas anteriores do século XX. Como Roland Marchand observa, "Madison Avenue" tornou-se uma metáfora para especialistas em publicidade no norte de Manhattan. Durante a década de 1920, a publicidade em rádio e alianças corporativas levaram mais companhias sob a influência de *Wall Street* a centralizarem a publicidade nacional na Cidade de Nova Iorque. O relacionamento triangular entre 247 *Park Avenue*, 285 *Madison Avenue* e o *Graybar Building*, entre a *Lexington Avenue* e a rua 42, foi apoiado pela enorme expansão das grandes revistas nacionais, e gradualmente, também pelo rádio (Marchand, 1985, 6-7).

Nova Iorque havia se tornado o local onde muitos artistas queriam se estabelecer. A grande população da cidade, sua abertura relativa para artistas deixando os enfadonhos ambientes de Boston e Philadelphia, seu mundo cultural alternativo de sub-culturas boêmias, suas oportunidades de emprego em "comércios satélites tais como ensino, desenho e pintura de cenários de palco, ilustração de livros e revistas, cartões de cumprimento, cartazes, desenhos para encadernação de livros, brinquedos, decorações de residência tornaram-na um local atraente. Embora precariamente, os artistas tornaram-se capazes de se manter.

Contudo, continuou a ser difícil, para os colecionadores de arte moderna, quebrar a fortaleza em que muitos museus de arte haviam se tornado. Eventualmente fundaram museus propriamente ditos (Zolberg, 1983). Embora nem todos fossem museus de arte moderna, em 1930 a Associação relatou que

167 museus de arte haviam surgido; por volta de 1938 eram 387, incluindo 115 em universidades. Embora muitos fossem pequenos e especializassem e outros não possuissem qualquer coleção substancial permanente, a maior parte dos museus de arte universitários foram criados para estudantes e professores, esta expansão incluiu alguns dos mais proeminentes museus modernos de arte. Três museus nova-iorquinos, o Whitney, o MoMA e o Guggenheim, como seus predecessores consagrados (o Museu Metropolitano de Arte, entre outros) começaram como galerias para exibir as coleções de seus fundadores no que se tornou um cenário de isenção de impostos. Mas diferentemente dos museus mais antigos, a cidade não pagava nem pelos seus edifícios nem pelas despesas de operação. Tinham que se vender e à sua arte nova. Estes museus não eram apenas os *loci* de exposição da elite como eram os museus mais antigos, mas assumiram um projeto proselitista de longo alcance. O MoMA, particularmente, iniciou um ambicioso programa de empréstimos e palestras informativas para outras instituições, incluindo escolas em todo o país (Lynes, 1973, 168). Contudo, excetuando a isenção de impostos sobre propriedades e vantagens de impostos para doadores individuais através de presentes em dinheiro ou, especialmente, de obras de arte, o Museu de Arte Moderna não recebeu quaisquer subsídios diretos até 1971, quando pela primeira vez, o Conselho Estadual para as Artes de Nova Iorque (recentemente estabelecido) concedeu-lhe uma dotação (Lynes, 1973, 304-305).

Em resposta às novas formas e estilos artísticos desde os anos 50, novos tipos de instituição desempenharam papéis importantes no mercado moderno de arte: novas galerias e espaços alternativos, colecionadores corporativos e novos museus regionais. Não obstante, “o mundo artístico” de Nova Iorque reteve seu status como o árbitro final do sucesso artístico. Dominado por algumas poucas (onze) galerias que controlavam o acesso ao mercado de leilões e, assim, ao sucesso, ele não mostrou qualquer sinal de perda de controle (Crane, 1986, 81). Colecionadores corporativos tiveram impacto sobre o mercado, de acordo com Rosanne Martorella, que aponta que eles gastaram, em sua estimativa conservadora, US\$40 milhões em compras de arte em 1986.

Interesses de firmas comerciais e dos bancos em escala nacional predominam, notadamente, no Nordeste. Eles constituem uma das duas culturas do bom gosto que caracterizam o mundo corporativo: grandes firmas com clientes internacionais são colecionadores potenciais de trabalhos artísticos reconhecidos internacionalmente dos países dos seus clientes, e, notadamente, em estilos de vanguarda; firmas locais menores, que começaram colecionando na década passada, preferem os trabalhos de artistas regionais. Os primeiros são os principais clientes das melhores galerias do *Soho* e do *East Side*. De fato, firmas com orientação regional têm pouco em comum com o mundo artístico de Nova Iorque, uma vez que os estilos artísticos que colecionam são marginais às tendências internacionais. Se há competição, ela acontece entre museus locais e regionais e pelos trabalhos de artistas locais. Um padrão similar tem também sido desenvolvido em outros países.

Internacionalizado como tem sido, o mercado de arte jamais foi tão global como hoje. Neste mercado globalizado *Sotheby's* enviou o seu *Irises* de Van Gogh numa excursão que incluiu Tóquio, Londres, Genebra, Zurique antes de vendê-lo a um comprador italiano em Nova Iorque. Mas há mais estratégia comercial do que puro comércio. Mais do que o *Kula Ring* para os nativos das ilhas tobianesas, o mercado de arte possui um valor simbólico assim como as instituições aparentadas alhures. Para isso dispõem de duas armas: sua própria coleção particular e as conexões do seu pessoal -- curadores, patrocinadores, administradores --- com museus e coleções de além-mar.

Conexões como essas não são novas, uma vez que os curadores têm, já há muito tempo, usado as suas redes de contactos no mundo dos negócios e da política para fomentar as suas metas próprias ou as institucionais. William S. Paley, íntimo associado de Arthur Judson da Filarmônica de Nova Iorque foi o fundador e chefe-executivo da CBS. Judson tornou-se colecionador de arte e curador do MoMA, sendo escolhido eventualmente para Presidente do Conselho Diretor do MoMA. Membros de diretoria movimentavam-se com facilidade entre as maiores instituições culturais e comerciais ou entre todos esses e altas posições governamentais. Incluíram até embaixadores (c. Douglas Dillon), governadores estaduais e o Vice-Presidente dos Estados Unidos, Nelson Rockefeller.

Não apenas contactos se realizam entre diretores de museus tentando conseguir empréstimos de coleções, como as instituições culturais organizam associações internacionais subordinadas para a captação de recursos. Essas associações, sinfônicas ou operísticas, não são menos internacionais, pois em termos de seus apresentadores, excursões ou compromissos de gravação, muitas são administradas através de companhias multinacionais de gravação.

DILEMAS DO PATROCÍNIO : PRIVATIZAÇÃO À L'AMERICAINE

Coloquei aqui as diferenças entre as belas-artes visuais e as artes cênicas em termos da produção e disseminação da cultura. Diferentemente de estados que tenderam a ver o patrocínio para as artes como uma função do Estado, nos Estados Unidos uma parte muito maior do patrocínio das artes provém de uma combinação de recursos privados (corporações, fundações, doadores individuais e usuários) do que em muitas nações européias (Montias, 1986). Mesmo que, nos Estados Unidos, o patrocínio governamental direto seja relativamente pequeno, contudo, ele fornece o reconhecimento simbólico para as artes e seus criadores. Até recentemente, os procedimentos utilizados por agências governamentais nacionais para selecionar artistas e obras de arte têm oferecido pouca confiança para outros patronatos potenciais (individual, corporativo, fundacional) e para suplementar tais premiações. Dotações governamentais têm se valido da reputação de painéis de profissionais reconhecidos como *experts*.

O reconhecimento nacional, oficial, dos artistas, tanto nas belas-artes quanto nas artes populares, acrescento *glamour* às já altamente estimadas formas artísticas, assim como elevaram o prestígio das artes populares comerciais, como o jazz, à posição de arte desinteressada. De fato, a linha entre as belas artes e as artes populares esmaeceu tanto que o termo interseção parece ser aplicável em muitos casos. A Europa tem sido sempre o mercado para essa cultura, mas agora é apenas um dos mercados, uma vez que o Estado tem se reduzido nos países europeus. Nesse sentido, a Europa hoje está mais parecida com o que os Estados Unidos têm sido. Tendo em vista que corporações multinacionais controlam vastos domínios da produção e disseminação culturais, popular e comercial, será difícil para os estados controlá-la. Embora a transformação do patrocínio estatal virtualmente completo ainda não tenha ocorrido em países que estão tentando adotá-lo, o processo de privatização estabelece os parâmetros para mudanças de forma e substância das artes e seu público. As consequências desta tendência, entretanto, estão longe da clareza.

(Tradução: João Gabriel Teixeira)

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAUMOL, William J. and BOWEN, William G. *Performing Arts: The Economic Dilemma*. MIT Press, Cambridge, 1968.
- COLEMAN, Laurence Vail. *The Museums in America*. American Association of Museum, Washington, D.C., 1939 (3 vols.).
- CRANE, Diana. *The Transformation of the Avant-Garde: The New York Art World, 1940-1985*. University of Chicago Press, Chicago, 1987.
- DE COPPET, Laura and JONES, Alan. *The Art Dealers*. Clarkson N. Potter, NY, 1984.
- HORKHEIMER, Max e ADORNO, Theodor W. *Aspects of Sociology by Frankfurt Institute for Social Research*. Beacon Press, Boston, 1972.
- DiMAGGIO, Paul J. "Cultural Entrepreneurship in Nineteenth-Century Boston" in *Media, Culture and Society* 4 (1982:33-50)
- . *Nonprofit Enterprise in the Arts: Studies in Mission and Constraint* (Yale Studies on Nonprofit Organizations). Oxford University Press, NY, 1986.
- . "Support for the Arts from Independent Foundations: in *Nonprofit Enterprise in the Arts*, Oxford University Press, NY, 1986.
- FABRIKANT, Geraldine. "Sotheby's Stake Under the Gavel" in *NYT*. Oct. 7, 1987.
- GUIBAUT, Serge. *How New York Stole the Idea of Modern Art: Abstract Expressionism, Freedom, and the Cold War*. Univ. of Chicago Press, Chicago, 1983.

VERA L. ZOLBERG

- HART, Philip. *Orpheus in the New World, The Symphony Orchestra as an American Cultural Institution*. W.W. Norton, NY, 1973.
- LOWRY, W. McNeil(ed.) *The Arts and Public Policy in the United States*. Prentice-Hall, NY, 1984.
- LYNES, Russell. *Good Old Modern: An Intimate Portrait of the Museum of Modern Art*. Atheneum, NY, 1973.
- MARCHAND, Roland. *Advertising the American Dream: Making Way for Modernity, 1920-1940*. Univ. of California Press, Berkeley, CA., 1985.
- MARTORELLA, Rosanne. *Corporate Art*. Rutgers University Press, New Brunswick-NJ, 1990.
- MILLS, C. Wright. *The Power Elite*. Oxford Univ. Press, NY, 1956.
- MONTIAS, J. Michael. "Public Support for the Performing Arts in Europe and the United States" in *Nonprofit Enterprise in the Arts*, 1986.
- MOULIN, Raymonde. *The French Art Market: a Sociological View* (trans. by A. Goldhammer) Rutgers Univ. Press, N. Brunswick, 1987 (orig. 1967, F. Maspero).
- MUKERJI, Chandra. *From Graven Images: Patterns of Modern Materialism*. Columbia University Press, NY, 1983.
- National Endowment for the Arts. Research Division Note #19 (Jan. 7, 1987) on Retail Art Dealers.
- NETZER, Dick. *The Subsidized Muse: Public Support for the Arts in the United States*. Cambridge Univ. Press, NY, 1978.
- POGGI, Jack. *Theater in America: The Impact of Economic Forces, 1870-1967*. Cornell Univ. Press, Ithaca, NY, 1968.
- REIF, Rita. "Sending Paintings Abroad Helps Raise Profits at Home" in *NYT*. Nov. 5, 1987.
- ROCKWELL, John. "A Peek at U.S. Orchestras' Finances" in *NYT*, Sept. 2, 1982.
- TOMKINS, Calvin. *Merchants and Masterpieces*. Dutton, NY, 1970.
- WHITE, Harrison C. and Cynthia, A. *Canvases and Careers: Institutional Change in the French Painting World*. John Wiley and Sons, NY, 1965.
- WHITEHILL, Walter Muir. *Museum of Fine Arts Boston: A Centennial History*. Harvard Univ. Press, Cambridge, MA, 1970.
- ZOLBERG, Vera L. *The Art Institute of Chicago: The Sociology of a Cultural Organization*. Ph.D. diss. Univ. of Chicago, 1974.
- . "Displayed Art and Performed Music: Selective Innovation and the Structure of Artistic Media" in *Sociological Quarterly* 21 (Spring 1980)
- . *Constructing a Sociology of the Arts*. Cambridge University Press, NY, 1990.

RÉSUMÉ

L'article présente et discute les problèmes soulevés par le besoin de patronnage des arts qui ne se soutiennent pas financièrement, — la musique érudite et les musées d'art —, dans le contexte nord-américain contemporain. L'auteur conclut que, même si les transformations du patronnage de L'Etat, virtuellement complètes aux Etats-Unis, n'ont pas encore eu lieu dans les pays qui essayent de les adopter, la privatisation établit les paramètres pour le changement de la forme et de la substance des arts, ainsi que de leur public.

ABSTRACT

This article describes and discusses the problems raised by the need for funding the kinds of art that cannot pay for themselves — serious music and art-museums —, in the context of late twentieth century in the United States. The author concludes that, although the shift from virtually complete state support has not occurred in the countries that are trying to adopt it, the privatization process sets the parameters for change in the form and substance of the arts, as well as in their public.

(Recebido para publicação em maio de 1994)



MAPA DE LOPO HOMEM . Adriana Varejão
1992 . óleo sobre madeira e linha de sutura
110 x 140 - 10 cm