

Tout ce qui brille n'est point or

Nem tudo que brilha é ouro

NATHALIE MOUREAU

■ 436

Nathalie Moureau é professora de economia da cultura, e Vice-presidente delegada da Cultura da Universidade Paul Valéry Montpellier. Ela publicou numerosas obras e artigos sobre o mercado da arte e conduziu também muitas pesquisas para o Ministério da Cultura e da Comunicação da França, como por exemplo, *Le marché de l'art contemporain*, éd. La découverte, 2016 (em colab. com D. Sagot-Duvauroux) e *Les collectionneurs d'art contemporain : des acteurs méconnus de la vie artistiques*, La documentation française, 2016 avec D. Sagot-Duvauroux et M. Vidal.

■ RESUME

Le prix d'une œuvre correspond-il à sa valeur artistique ? L'économiste Nathalie Moureau montre que valeur économique et valeur artistique de l'œuvre contemporaine sont généralement déconnectées, donnant lieu à l'apparition de bulles spéculatives. Trois facteurs principaux expliquent alors ce décalage: l'information médiatique, la recherche de distinction, la spéculation.

■ MOTS CLE:

l'information médiatique, la recherche de distinction, la spéculation

■ ABSTRACT

Does the price of a work correspond to its artistic value? Economist Nathalie Moureau shows that the economic value and artistic value of contemporary art are often disconnected, giving rise to the appearance of speculative bubbles. Three main factors explain, therefore, this lag: media information, research of distinction, speculation.

■ KEYWORDS

Media information, research of distinction, speculation.

437 ■

■ RESUMO

O preço de uma obra corresponde ao seu valor artístico? A economista Nathalie Moureau mostra que valor econômico e valor artístico da obra contemporânea são geralmente desconectados, dando lugar à aparição de bolhas especulativas. Três fatores principais explicam, assim, essa defasagem: a informação mediática, a pesquisa de distinção, a especulação.

■ PALAVRAS-CHAVE:

Informação mediática, pesquisa de distinção, especulação

« La règle de cherté affecte notre goût de telle sorte que dans notre estime les signes de cherté s'amalgament inextricablement aux traits admirables de l'objet, et que le résultat de cette combinaison se range sous une idée générale qui porte le seul nom de beauté.»

Veblen, *Théorie de la classe de loisir*, Gallimard, p. 87

Dans un exemple devenu emblématique, Thorstein Veblen montrait en 1899 comment le jugement esthétique que nous portons sur un objet est corrompu par la connaissance que nous avons de sa valeur marchande. Il se plaisait alors à dérouler la mécanique qui nous conduit à retirer plus de satisfaction de la contemplation d'une cuiller en argent plutôt que de celle faite d'un vil métal embouti, alors qu'*a priori* rien ne permet de distinguer les deux sur le plan de l'apparence formelle. « C'est une véritable accoutumance : à force de percevoir les signes de cherté, à force d'identifier beauté et honorabilité, on finit par ne plus tenir pour belle une chose qui ne se vend pas cher » (p. 87).

Si la notion de beau a été débattue et les critères d'appréciation d'une œuvre enrichis avec l'introduction – entre autre – de l'intention de l'artiste, il n'en demeure pas moins que les biais soulignés par Veblen perdurent¹. Les débats récurrents autour de la légitimité de prix records pour des œuvres d'art contemporaines au regard des prix en vigueur pour des artistes plus anciens – lesquels ont résisté à l'épreuve du temps – montrent combien la tendance à confondre valeur économique (prix) et valeur artistique (qualité) est répandue². Or, ce n'est que dans de rares situations et sous des hypothèses assez restrictives de fonctionnement des échanges que les prix sont susceptibles de refléter correctement la qualité des biens³. Le marché de l'art ne correspond en aucune façon à ces cas, et il convient de ne pas assimiler prix élevé à qualité artistique. L'existence d'une déconnexion entre la valeur économique et la valeur artistique semble en effet être plutôt la règle que l'exception sur ce marché.

L'impact des conventions de qualité sur le fonctionnement du marché

Le fonctionnement d'un marché requiert que les intervenants disposent d'un certain nombre de repères communs et s'entendent notamment sur les critères constitutifs de la qualité. S'agissant de l'art contemporain, définir la qualité à partir de la fonctionnalité des biens comme on le fait usuellement pour la plupart des biens de consommation courante s'avère particulièrement inefficace puisque la qualité artistique des emblématiques aspirateurs *New Hoover Deluxe Shampoo Polishers* de Jeff Koons ne dépend en aucune façon de la puissance d'aspiration des machines. Ne pouvant émaner de caractéristiques fonctionnelles objectivées liées au bien, ce sont des référents conventionnels qui offrent des points d'ancrage pour la formation des anticipations des participants à l'échange. À la précision des règles constitutives de la convention académique en vigueur au début du XVIIIe, enseignée par l'Académie des Beaux Arts et consignée dans différents traités, s'est substitué ce que nous avons défini dans d'autres travaux comme étant la convention d'originalité⁴. La qualité artistique d'une œuvre est alors évaluée à l'aune de la démarche de l'artiste et de ce qu'elle est susceptible d'apporter de neuf relativement à ce qui a été fait précédemment⁵. L'adoption d'une convention de qualité plutôt qu'une autre n'est pas sans conséquences sur le fonctionnement du marché comme le montre l'analyse de deux classements emblématiques, le premier proposé par Roger de

¹ Koons au musée national d'art moderne en décembre 2014 témoigne de l'actualité de cette ambiguïté. « En substance, les détracteurs de « l'imposture artistique » s'interrogent : 'Jeff Koons est-il bon parce qu'il est cher?' »

² Don Thompson (2014) dans *The Supermodel and the Brillo Box*, p. 9, pose ainsi la question des motifs qui ont pu conduire José Mugaribí à acquérir à un prix record un des 4 exemplaires du buste de Stéphanie Seymour réalisé par l'artiste Maurizio Cattelan suite à une commande du collectionneur Peter Brant, époux de la top model. « Unsolved is why Jose Mugaribi or anyone else would pay 2,4 million for a waxwork of someone else's wife, when the same amount might buy a modest Monet or Picasso – or an actual trophy wife ».

³ Akerlof G. (1970), « The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism », *Quarterly Journal of Economics*, 84 (3), p. 488-500.

⁴ Moureau N., Sagot Duvaux D. (1992), « Les conventions de qualité sur le marché de l'art, d'un académisme à l'autre ? », *Esprit*, Octobre, 43-54.

⁵ « Toutes les œuvres d'art ne sont pas des chefs d'œuvres. Lorsqu'elles le deviennent, cela signifie qu'elles ont su transgresser les normes en vigueur à leur époque. Mais cela, seul le temps peut le prouver ». Jimenez M., 1997, *Qu'est ce que l'esthétique*, Gallimard. p. 42.

Piles au XVIII^e siècle⁶ et le Kunst Kompass de Willi Bongard⁷ pour la période contemporaine. Sous l'Académie, la création était strictement encadrée, les artistes étaient contraints tant au niveau des genres traités (prééminence des fresques historiques relativement aux portraits, paysages, scènes de genre et natures mortes) qu'à celui de la production (la représentation de la figure humaine était notamment restreinte à un nombre limité de postures et de gestes expressifs nobles empruntés au classicisme et à la haute renaissance⁸). L'existence d'un étalon artistique clairement défini permettait d'évaluer la qualité d'un tableau comme on le fait pour une machine, à travers la mise en évidence des rouages, de leur articulation et en évaluant chaque pièce. La combinaison des qualités élémentaires ainsi obtenues permettait ensuite de conclure à un jugement sur la qualité globale du tableau selon Roger de Piles (1708)⁹. Ce dernier préconisait de retenir quatre éléments afin de juger de la qualité d'une œuvre : la couleur, la composition, le coloris et l'expression. Dans un tel système, ce sont les caractéristiques intrinsèques de l'œuvre qui sont évaluées en référence à des canons extérieurs¹⁰.

Exemple de notation sur 20 de quelques artistes¹¹ selon la méthode Roger de Piles 1708

439 ■

	Composition	Coloris	Dessin	Expression
Bourdon	10	8	8	4
LeBrun	16	16	8	16
Le Dominiquin	15	17	9	17
Pourbus	4	15	6	6

Source : d'après de Piles R. (1708), *Cours de peinture par principes*, Gallimard (1989), p. 239-241.

L'équivalent contemporain de ce système de classement est le Kunst Kompass, initialement établi par Willi Bongard. Selon cette nouvelle méthode, ce n'est plus la conformité des œuvres relativement à un étalon préexistant qui est étudiée, mais plutôt la capacité de la proposition artistique à entrer dans l'histoire de l'art. Le processus fonctionne comme suit. En premier lieu, un certain nombre de points sont attribués à différentes institutions d'art contemporain, revues spécialisées et grandes expositions internationales. Ensuite, chaque artiste est évalué selon sa représentation dans les diverses institutions et magazines. Par exemple, s'il a bénéficié d'un achat par le Centre Georges Pompidou il se voit crédité de 800 points. Au bout du compte, l'artiste qui a capitalisé le plus grand nombre de points est celui qui est

⁶ Roger de Piles (1708), *Cours de peinture par principes*, Gallimard.

⁷ Ce classement ('Kunst Kompass', i.e. 'la boussole de l'art') a été proposé pour la première fois en 1970 par Willi Bongard, aujourd'hui décédé ; il continue d'être publié annuellement par *Manager Magazin*.

⁸ Harrison et Cytia White (1993), *Canvases and Careers*, The University of Chicago Press.

⁹ « Mais j'avertis que pour critiquer judicieusement il faut avoir une parfaite connaissance de toutes les parties qui composent l'ouvrage et des raisons qui en font un tout. Car plusieurs jugent d'un tableau pour la partie seulement qu'ils aiment, et comptent pour rien celle qu'ils ne connaissent ou qu'ils n'aiment pas ». R. de Piles (1708), 238-239, Gallimard, 1989.

¹⁰ Ce système rejoint d'une certaine façon les règles d'évaluation usuellement employées dans le système scolaire et les concours, l'évaluation des impétrants étant fonction d'un barème préétabli.

¹¹ Notons ici que bien que cela soient des artistes qui soient notés et non pas une œuvre en particulier, la notation est effectuée à partir de l'observation de leur habileté à produire des œuvres et à respecter des canons académiques.

considéré comme ayant la plus grande qualité artistique. Dans un tel système, ce ne sont plus les caractéristiques internes d'une œuvre qui sont évaluées mais plus largement la démarche d'un artiste, les institutions venant attester (ou non) son caractère novateur. Avec le passage de la convention académique à la convention d'originalité qui met en avant la démarche, on a glissé d'un 'système d'œuvres' à un 'système d'artistes'. En outre, la qualité est désormais produite de façon endogène au monde de l'art, elle est le fruit d'un processus d'interaction entre acteurs reconnus pour leur capacité d'expertise¹².

Nombre de points attribués à quelques grands musées selon le Kunst Kompass (Extrait)

Nom du musée	Lieu	Points
Centre Georges Pompidou	Paris	800
Guggenheim Museum	New York	800
Contemporary Museum of art	Sidney	800
Castello di Rivoli	Turin	650
Museum Ludwig	Koblenz	650
Museum of Fine Art Etc.	Boston Etc.	650 Etc.

Classement des artistes, Kunst Kompass 2014 (Extrait)

Nom de l'artiste	Année de naissance	Medium utilisé	Galerie représentant l'artiste	Total Points 2013	Total des points 2014	Rang
Richter Gehrard	1932	Peinture	Goodman	112 000	118700	1
Nauman Bruce	1941	Installations	Fisher	95 870	104470	2
Throckel Rosemarie	1952	Media mixte	Spruth Magers	72 900	79850	3

Source : Manager Magazin 4/2014

Mécanisme de la formation de la valeur artistique

La comparaison des précédents classements vise à mettre en exergue comment l'évolution du référent pour appréhender la qualité artistique affecte l'organisation des échanges. Dès lors que la qualité ne peut plus être évaluée de façon exogène aux échanges comme tel était le cas sous l'académie, des mécanismes de légitimation interne au marché s'organisent pour pallier ce manque. Si le Kunst

¹² Ici c'est au monde d'évaluation scientifique auquel on pourrait se référer avec le procédé de citations des articles à partir duquel sont évalués les chercheurs dans nombre de pays.

Kompass illustre ce passage, il n'offre qu'une image simplifiée de la mesure de la qualité à un moment donné et ne nous dit rien du processus de légitimation¹³ sous-jacent. Celui-ci relève d'une mécanique bien plus complexe que nous allons présenter maintenant. Reconnaître le caractère novateur d'une démarche artistique et faire entrer le nom d'un artiste dans l'histoire est le privilège d'un nombre réduit de personnalités, qualifiées usuellement d'instances de légitimation : conservateurs, critiques, galeristes et grands collectionneurs. Notons que nous ne considérons pas ici l'action marchande de ces acteurs mais nous nous concentrons plutôt sur leur capacité à créer de « petits événements historiques ». Ces événements consistent en des signaux objectivés, tangibles et durables de reconnaissance artistique qui contribuent à faire entrer le nom de l'artiste dans l'histoire. Ce peut être la rédaction d'un catalogue, l'entrée d'une œuvre dans la collection d'un musée, la sélection d'œuvres de l'artiste pour une exposition, la publication d'articles, etc.

Le pouvoir de légitimation des conservateurs est évident, du fait de la supériorité institutionnelle que leur octroie leur profession par rapport aux autres acteurs, le musée étant par nature lié à l'histoire artistique. Celui des galeristes bien que plus indirect n'en est pas moins conséquent. À travers les liens qu'ils établissent avec institutions et critiques, ils sont à même de favoriser l'entrée d'une œuvre dans une collection publique, d'obtenir un article d'un critique reconnu, ou d'aider à la publication d'un catalogue par exemple dans le cadre d'une coédition avec un centre d'art, etc. Ce sont d'ailleurs eux qui en général sont les premiers à découvrir l'artiste et à prendre le risque de le soutenir. Les collectionneurs ont également un rôle actif dans la création de ces petits événements non seulement à travers les fondations que les plus riches d'entre eux établissent, mais aussi à travers les prêts d'œuvres en vue d'expositions dans des lieux de légitimation. Les dépôts ou dons d'œuvres que certains font auprès d'institutions sont d'autres exemples de leur capacité à contribuer à la légitimation artistique du travail d'un artiste. Chacun des 'petits événements' ainsi produits offre un certificat tangible accréditant la qualité d'un travail artistique. Bien évidemment, un seul « petit événement historique » ne suffit pas à légitimer artistiquement une démarche ; ainsi l'obtention d'une critique dans un magazine spécialisé ou la réalisation d'un catalogue d'exposition par un centre d'art ne fournit qu'une légitimité relative au travail d'un artiste. Ce n'est qu'à l'issue d'un processus de sédimentation de ces petits événements, qui se superposent les uns aux autres, que le nom de l'artiste s'inscrit dans la trajectoire de l'histoire en devenir. Notons que le processus est soumis à des phénomènes auto-renforçants¹⁴. Le fait qu'un artiste acquiert une certaine visibilité institutionnelle, accroît en effet la probabilité que d'autres membres des instances de légitimation le repèrent et impulsent à leur tour des signaux de reconnaissance artistique. Cette visibilité accroît également la probabilité que d'autres artistes prennent la démarche en question en référence et développent en regard – ou en opposition – leur propre travail, contribuant à renforcer la position de l'artiste dans l'histoire en train de se faire.

¹³ Moulin R. (2009), *L'artiste, l'institution et le marché*, Paris, Flammarion.

¹⁴ Nous reprenons pour étudier le fonctionnement du marché de l'art les analyses de théorie économique évolutionniste selon lesquelles l'innovation technologique suit une trajectoire dont le fil est progressivement défini à partir de « small historical events » qui pré-déterminent l'évolution ultérieure des découvertes. Ces phénomènes autoreforçants renvoient à la notion économique de rendements croissants d'adoption (Arthur B, 1989, "Competing Technologies, Increasing Returns, and Lock-In by Historical Events", *The Economic Journal*, 99 (394), 116-13. <https://doi.org/10.2307/2234208>

L'histoire mouvementée de la liaison artistique-économique

La valeur artistique étant ainsi définie, venons-en au rapport qu'elle entretient avec le prix. Les données marchandes issues des ventes publiques révèlent une hiérarchie distincte de celle établie selon la valeur artistique. Alors que Jeff Koons était en 2014 l'artiste vivant ayant enregistré la plus haute vente aux enchères pour une de ses œuvres (*Balloon Dog Magenta*, 58,4 millions de dollars, frais inclus, Christie's, novembre 2013), il n'apparaissait qu'à la 13^{ème} position du Kunst Kompass en 2014.

Le décrochage entre le prix de marché obtenu par les œuvres de l'artiste et la valeur artistique reconnue à son auteur est encore plus patent dans le cas de Jacob Kassay. Cet artiste de 30 ans a connu une ascension marchande fulgurante, avec un record de 317 000\$ en novembre 2013 (format 210/150, frais inclus, Phillips). Lors de l'entrée de l'artiste en galerie en 2007 chez Eleven Rivington, le prix était de 4000\$ pour un format standard (120/90). Pour ce même format, une œuvre a atteint en mai 2011, 290 500\$ (frais inclus) chez Phillips. L'artiste, bien que non représenté dans le classement des 100 artistes contemporains les plus légitimés établi par le Kunst Kompass a atteint aux enchères des prix similaires de ceux d'artistes confirmés, présents dans le classement, qui plus est à des positions enviables. Notons que Jacob Kassay ne fait pas non plus partie de la liste établie par le magazine indiquant les artistes « à suivre » du fait de l'importance des points de légitimation acquis au cours de l'année écoulée.

Quand l'information médiatique vient troubler le jeu

Comment expliquer ce décalage entre les deux hiérarchies¹⁵? Trois séries de facteurs entrent en jeu dont l'importance relative dépend des motivations intervenant pour l'achat d'une œuvre (plaisir esthétique, social, financier). Le premier facteur est de nature informationnelle. Si l'inclinaison subjective individuelle intervient lors de l'achat d'une œuvre, nombre de personnes cherchent toutefois à s'assurer ensuite du bien-fondé de leur jugement initial en se renseignant sur le parcours de l'artiste pour évaluer le degré de reconnaissance dont il bénéficie dans le milieu. Tout lieu d'exposition, foire ou galerie met généralement à la disposition du public le CV de l'artiste, dans lequel sont consignés les petits événements historiques précédemment évoqués qui attestent de la reconnaissance par des experts du travail de l'artiste. Si, sur le marché les amateurs se fiaient à leur seule inclinaison subjective et à ces signaux – i.e. une information artistique objectivée – alors la concordance entre la valeur artistique et économique des œuvres serait globalement assurée. La réalité est tout autre. En fait, les personnes accordent du poids à un autre type d'information, cette fois de nature médiatique. Issue notamment du battage médiatique que font les maisons de vente aux enchères autour de quelques ventes et généralement relayée par les journaux, cette information médiatique n'a pas de

¹⁵ Notons que les prix record dont les médias se font largement écho ne constituent un nombre relativement réduit de transactions. Sur le segment de l'art contemporain, les transactions atteignant un prix supérieur à 50000 euros ne concernent que 6% des lots vendus aux enchères, les prix supérieurs à un million seulement 0,3% (Artprice, 2014). En outre, les enchères ne constituent qu'une part réduite de l'ensemble des transactions, le marché de l'art contemporain étant avant tout un marché de galeries. Ce n'est qu'après l'atteinte d'un certain niveau de légitimation que les œuvres d'un artiste sont susceptibles d'apparaître aux enchères.

fondement artistique, c'est cela qui la différencie fondamentalement de l'information artistique légitimée. L'obtention d'un prix record aux enchères n'est pas nécessairement le fruit d'une demande soutenue pour le travail de l'artiste mais peut tout simplement résulter de stratégies intéressées. Un vendeur, détenant de nombreuses œuvres d'un artiste, peut ainsi demander à un « ami » d'enchérir pour faire monter artificiellement la cote de l'artiste et accroître par ce biais la valeur du stock d'œuvres qu'il détient. De même, des pools peuvent se constituer entre plusieurs acteurs pour faire artificiellement monter le prix d'adjudication d'un artiste et fournir au marché un signal erroné. Une telle situation a pu se produire pour Jacob Kassay lors de sa première apparition aux enchères chez Phillips en novembre 2010. Alors que la fourchette d'estimation indiquait 6000/8000\$, l'œuvre a été adjugée pour 86 500\$ (frais inclus).

Toutes les personnes ne sont pas influencées identiquement par l'information médiatique, certaines sont plus perméables que d'autres, cette sensibilité dépend de leur confiance en leur jugement et de leur capacité à saisir les signaux émis par les instances de légitimation. Les nouveaux venus sur le marché, peu aptes à repérer les signaux artistiques ont naturellement tendance à suivre les jugements de masse et l'information médiatique¹⁶. Divers travaux de psychologie sociale ont souligné la tendance des êtres humains à ignorer dans certaines situations leur jugement propre et à adopter l'opinion majoritaire d'un groupe qui a une opinion différente de la leur, parce qu'ils désirent avoir une perception exacte de la réalité, cette influence étant plus marquée dans les situations où le stimulus initial est ambigu ou difficile à apprécier. Les biens de confiance¹⁷, i.e. dont l'appréciation de la qualité fait intervenir le jugement d'experts s'insèrent dans ce cas de figure. Tel est précisément le cas des œuvres d'art.

Ces phénomènes mimétiques ne sont pas sans conséquence sur la formation des prix. Ainsi, lorsqu'un nombre élevé d'acheteurs se fie essentiellement à l'information médiatique et n'accorde que peu d'importance aux informations provenant des instances de légitimation, la valeur artistique et les prix divergent. En effet, l'acheteur troublé par l'information médiatique est prêt à déboursier pour une œuvre un montant supérieur à ce qu'indiquent les signaux de reconnaissance artistique. Mais ce faisant, son achat vient lui-même alimenter la rumeur médiatique, conduisant d'autres personnes à faire de même. On assiste alors à un décalage entre la valeur artistique et économique de l'œuvre. Lorsque ce phénomène s'exacerbe, on parle de bulles spéculatives. Notons que ce décalage ne peut toutefois perdurer qu'un temps. À long terme, toute bulle est vouée à éclater, ramenant le prix de l'œuvre à un niveau plus en rapport avec sa valeur artistique.

¹⁶ Plus généralement et selon les travaux conduits en psychologie sociale par Allen (1965), moins une personne a confiance dans la validité de sa position, plus elle est encline à se laisser influencer. La confiance à son tour dépend de l'ambiguïté et de la difficulté du stimulus en question.

¹⁷ L'économie distingue trois types de biens au regard de leur qualité. Les biens de recherche pour lesquels la qualité peut être connue avant consommation car dépendant de leur fonctionnalité (e.g. nombre de chevaux d'une automobile), les biens d'expérience pour lesquels la qualité ne peut être connue qu'après consommation (e.g. alimentation) et les biens de confiance pour lesquels la qualité ne permet pas de connaître avec certitude la qualité (e.g. crème antirides).

Quand la distinction s'en mêle

Le décalage valeur artistique/économique constaté sur les marchés n'est toutefois pas imputable à ce seul effet informationnel et est le fruit d'autres facteurs. La recherche de distinction sociale est l'un d'entre eux. L'économiste Alfred Marshall soulignait l'importance de ce motif dans la consommation : « si élevé soit le désir de variété, il est faible comparé au besoin de distinction : un sentiment qui, considéré dans son universalité, et sa constance, affecte les hommes de tous les temps, nous vient dès le berceau et ne nous quitte jamais jusqu'au tombeau, et peut être ainsi considéré comme la plus puissante des passions humaines¹⁸ ». L'acquisition de biens réputés avoir un prix élevé est un des moyens dont peuvent user les personnes pour affirmer leur pouvoir et leur prestige, pour se signaler à leur entourage (Veblen, 1890). Pour de tels biens, toute baisse de prix produit des effets atypiques et induit une diminution de la demande, puisque le caractère ostentatoire se trouve mécaniquement amoindri, et ce bien que les qualités intrinsèques de l'œuvre n'aient en rien changé. Lorsque le mobile qui guide l'acheteur est essentiellement la recherche de distinction, c'est l'acquisition publique, à un prix record qui importe, la valeur artistique étant reléguée au second plan. Ces achats peuvent être néfastes pour le marché car ils sont susceptibles de l'entraîner dans une hausse incontrôlée. En effet, chaque nouveau record vient alimenter une nouvelle information médiatique, et ce faisant est non seulement susceptible d'induire en erreur des acheteurs « naïfs » qui n'étant pas informés accordent une plus grande qualité artistique à l'œuvre que ce qu'elle n'en a réellement et sont de ce fait prêts à payer un prix élevé pour l'acquérir (i.e. mimétisme informationnel) mais elle vient également aiguïser les appétits de personnes en recherche de distinction qui trouvent dans ces nouveaux prix records un moyen d'afficher plus encore leur position sociale (i.e. effet Veblen). Une spirale inflationniste est alors enclenchée.

De ce fait, l'explosion du nombre de milliardaires dans le monde n'a pas été sans conséquence sur l'évolution des prix et du marché. Alors qu'en 1987 Forbes décomptait 140 milliardaires, en 2014 ce chiffre était plus de 10 fois supérieur. Selon le World Wealth report, la part des œuvres d'art au sein des investissements dits « de passion » effectués par les individus les plus fortunés s'élevait à 22%¹⁹. La multiplication des milliardaires alliée à l'importance des achats d'art dans leurs investissements passion a contribué à accroître le nombre d'enchérisseurs intervenant à des niveaux de prix élevés. Tandis qu'à l'aube du millénaire seuls une centaine d'acheteurs dans le monde était susceptible de dépenser plus de 5 millions pour une œuvre d'art, désormais le nombre de ces acheteurs a explosé à 1000 voire plus²⁰, et leur origine géographique s'est très largement diversifiée. S'il convient d'éviter toute généralisation hâtive et que l'effet Veblen n'est pas nécessairement le motif premier d'achat de l'ensemble de ces nouveaux venus, il n'en demeure pas moins que dans certains cas la motivation est patente, comme le soulignait Harry Bellet lors de l'achat par le milliardaire chinois Wang Jianlin de *Claude et Paloma*, un Picasso de

¹⁸ Marshall A., *Principes of Economics*, 8^{ème} édition, Macmillan, Londres, 1966, 1^{ère} édition en 1890, p. 73.

¹⁹ World Wealth Report, Capgemini RBC Wealth Management. Les autres investissements Passion étant : collection de luxe (automobile, bateaux, etc.), autres biens de collection (vin, monnaie, antiquités, etc.), investissement dans le sport (équipes, chevaux de course etc.), joaillerie, divers (membre de club, voyages, instruments de musique, armes, etc.).

²⁰ Georgina Adam (2014), Big Bucks, Lund Humphries.

1950, pour 28,1 millions de dollars au cours d'une vente considérée comme de qualité toute relative selon les experts, et alors même que l'estimation initiale jugée comme déraisonnablement élevée était de 12 millions de dollars : « Ce n'est plus un Picasso, c'est un Wang Jianlin... Et c'est une première explication à ces prix déli-rants : la maison de vente a révélé le nom de l'acheteur, c'est donc qu'il voulait que cela se sache. Certains s'offrent ainsi de la notoriété ».

Quand le motif spéculatif apparaît

Enfin, le décalage entre valeur artistique et marchande est alimenté par un troisième facteur, la spéculation. Pour le spéculateur, la valeur fondamentale de l'œuvre importe peu. Il peut acquérir sciemment des œuvres surcotées, dès lors qu'il anticipe que d'autres personnes seront prêtes à l'acheter à leur tour le lendemain ou le surlendemain à un prix encore bien supérieur. Notons que ce jeu peut fonctionner entre spéculateurs sans même qu'il y ait des naïfs parmi les acheteurs. Selon Keynes l'effet est tel « qu'il n'est pas nécessaire qu'il y ait dans le public des pigeons pour emplir la panse des professionnels ; la partie peut être jouée entre les professionnels », et l'économiste de comparer alors la spéculation à un jeu de chaise musicale en affirmant que « l'on peut trouver à ces jeux de l'agrément et de la saveur bien que tout le monde sache qu'il y a un vieux garçon en circulation ou que lors de l'arrêt de la musique certains se retrouveront sans siège ».

445 ■

Une des conditions nécessaires à la spéculation, outre l'existence d'anticipations à la hausse réside dans la liquidité du marché, i.e. le nombre et la fréquence des transactions doivent être élevés, pour que le risque pris par les opérateurs ne soit pas trop élevé et qu'ils soient à même de réaliser rapidement leurs affaires. Les artistes dont la production est quantitativement élevée constituent de ce fait une proie potentielle pour les spéculateurs. Dans le cas de Jacob Kassay, la fraîcheur des œuvres apparues sur le marché, revendues sur le second marché peu de temps après leur réalisation (deux ans voire même un an), avec des écarts de prix conséquents, présente tous les symptômes d'actions spéculatives.

Le devenir des bulles et du marché

Qu'il s'agisse de la tulipomanie au XVIIe siècle, des chemins de fer dans l'Ouest américain au XIXe, ou encore la Dot.com bubble en 2000, toute bulle spéculative semble vouée à éclater. Il apparaît inéluctable que « l'exubérance irrationnelle » caractéristique des comportements spéculatifs rencontre à un moment ou un autre sur son chemin un petit gravier qui la déroute et la conduise à s'engager dans une dynamique dépressive. Il semble en effet peu réaliste que l'optimisme immodéré qui conduit les acteurs à anticiper une hausse des prix perdure, la probabilité est grande que tôt ou tard un événement vienne perturber leur bel optimisme, les faisant brutalement regarder sous un autre jour le décalage existant entre la valeur fondamentale du bien soumis à la spéculation et son prix de marché. Une fois le renversement des anticipations opéré, tant le mimétisme informationnel que l'effet de distinction favorisent la formation d'anticipations baissières, selon une logique cumulative similaire à celle qui avait initialement conduit à leur hausse.

Sur le marché de l'art, le phénomène de bulle et son retournement s'avèrent encore plus complexes à analyser. En effet, non seulement il est difficile de prévoir l'évolution de l'humeur du marché, mais en outre dans certaines situations, l'information artistique, théoriquement garante de la valeur fondamentale de l'œuvre, peut être biaisée. De ce fait, on ne pourra plus à proprement parler de bulle puisque la valeur artistique augmentera pour venir sinon rejoindre, du moins se rapprocher de la valeur économique. Tel est le cas lorsque les membres des instances de légitimation émettent des signaux pour attester de la qualité d'une démarche artistique²¹, non pas en raison de leurs convictions profondes et de l'intérêt qu'ils prêtent au travail développé par l'artiste, mais plutôt parce qu'ils sont pris dans un jeu d'intérêts. Ces comportements posent des questions de fond lorsque les acteurs impliqués sont censés être des représentants de l'intérêt général. Dans un contexte de resserrements des crédits, reconnaissons que la tentation est grande pour une institution publique d'organiser une exposition autour d'un artiste médiatique, en lequel le conservateur ne croit pas nécessairement, mais qui procurera un nombre élevé d'entrées au musée, et pour laquelle une riche galerie et/ou un riche mécène partageront les frais de réalisation d'œuvres monumentales produites spécifiquement pour l'exposition. Quel crédit alors accorder à de tels signaux de légitimation artistique? Mais l'institution publique n'est pas la seule en cause. La fondation instituée par un riche collectionneur bénéficie d'avantages fiscaux en raison de son engagement vis à vis de l'intérêt général. Les transformations intervenues dans l'industrie du luxe dans les années 1990 – constitution de grands groupes et élargissement de la clientèle – ont donné naissance à de nouvelles stratégies, marquée par la nécessité de conserver aura et distinction, et ont conduit à un rapprochement avec l'art contemporain. Lorsque celui-ci se trouve instrumentalisé et décliné à travers les 4P du marketing : *product* (production de biens de luxe signés par des artistes) /*price* (segmentation des prix en conséquence) /*place* (boutiques lieux d'exposition) /*promotion* (défilés performances, campagne de publicité shootées par des artistes), il est permis d'observer avec circonspection la constitution d'une fondation dédiée à l'art contemporain, et son engagement en faveur de l'intérêt général, d'autant plus que la puissance financière de ces riches collectionneurs leur permet de stimuler l'information médiatique et d'accélérer les processus de reconnaissance (e.g. records aux enchères), de concert avec d'autres acteurs, quand il ne s'agit pas de spéculation.

Bien qu'il convienne de respecter la présomption d'innocence, notons que les tentations sont grandes et posent des questions de fond quant au fonctionnement du marché de l'art, au rôle de l'institution comme « garant » de la valeur artistique, et au rôle croissant du pouvoir financier. Dans la mythologie grecque, Ulysse s'attachait à son mât pour éviter de se laisser séduire par le chant des sirènes, au sein du monde de l'art, quelques garde-fous gagneraient à être inventés.

Publié dans <http://laviedesidees.fr/> le 3 avril 2015

²¹ Et, ce faisant contribuent à faire entrer le nom de l'artiste dans l'histoire de l'art.

Nem tudo que brilha é ouro

Tradução Andrea Barrios

Apoio:



A regra de carestia afeta nosso gosto de tal forma que, na nossa estima, os sinais de carestia se amalgamam inextricavelmente aos traços admiráveis do objeto, e que o resultado dessa combinação se acomoda sob uma ideia geral que leva o único nome de beleza (VEBLEN, 87)

447 ■

Em um exemplo que se tornou emblemático, Thorstein Veblen mostrava em 1899 como o julgamento estético que fazemos de um objeto é corrompido pelo conhecimento que temos de seu valor de mercado. Ele tinha prazer em desenrolar a mecânica que nos leva a retirar mais satisfação da contemplação de uma colher de prata que daquela feita de um simples metal embutido, quando, a priori nada permite distinguir os dois no plano da aparência formal. «É um verdadeiro costume: a força de perceber os sinais de carestia, a força de identificar beleza e honorabilidade, acabamos não tendo mais por bela uma coisa que não se vende caro» (p.87)

Se a noção do belo foi debatida e os critérios de apreciação de uma obra enriquecidos com a introdução – entre outros – da intenção do artista, continua não menos que os vieses sublinhados por Veblen perduram¹. Os debates recorrentes em torno da legitimidade dos preços recorde para obras de arte contemporâneas em relação aos preços em vigor para artistas mais antigos – os quais resistiram à prova do tempo – mostram quanto a tendência a confundir valor econômico (preço) e valor artístico (qualidade) é estendida². No entanto, é somente nas raras situações e sob hipóteses bastante restritivas de funcionamento dos intercâmbios que os preços são suscetíveis de refletir corretamente a qualidade dos bens (AKERLOF G,

¹ Koons no museu nacional de arte moderna em dezembro de 2014 testemunha da atualidade dessa ambiguidade. « Em substância, os detratores da «impostura artística » se interrogam : 'Jeff Koons é bom porque é caro?' Os sofistas responderiam : 'Jeff Koons é ruim porque é caro?' », <http://www.lefigaro.fr/arts-expositions/2014/12/03/03015-20141203ARTFIG00234-jeff-koons-paris-sur-un-plateau.php>.

1970). O mercado da arte não corresponde de forma alguma a esses casos, e convém não assimilar preço elevado à qualidade artística. A existência de uma desconexão entre o valor econômico e o valor artístico parece, na verdade, ser antes a regra que a exceção nesse mercado.

O impacto das convenções de qualidade sobre o funcionamento do mercado

O funcionamento de um mercado requer que os participantes disponham de um certo número de pontos de referência comuns e se entendam especialmente sobre os critérios constitutivos da qualidade. Tratando-se da arte contemporânea, definir a qualidade a partir da funcionalidade dos bens como se faz usualmente para a maior parte dos bens de consumo comum se mostra particularmente ineficaz, já que a qualidade artística dos emblemáticos aspirantes New Hoover Delux Shampoo Polishers de Jeff Koons não depende de forma alguma da potência de aspiração das máquinas. Não podendo emanar de características funcionais objetivadas ligadas ao bem, são referentes convencionais os que oferecem pontos de ancoragem para a formação de antecipações dos participantes do intercâmbio. A precisão das regras constitutivas da convenção acadêmica em vigor no início do século XVII, ensinada pela Academia de Belas Artes e consignada em diferentes tratados, foi substituída por aquilo que definimos em outros trabalhos como sendo a convenção de originalidade (MOUREAU N., SAGOT DUVAUROUX D., 1992) . A qualidade artística de uma obra é, assim, avaliada na perspectiva do processo do artista e daquilo que ela é suscetível de trazer de novo relativamente ao que foi feito antes³. A adoção de uma convenção de qualidade antes de uma outra não é sem consequências sobre o funcionamento do mercado, como mostra a análise de duas classificações emblemáticas, a primeira proposta por Roger de Piles no século XVIII (PILES, 1708) e o Kunst Kompass de Willi Bongard⁴ para o período contemporâneo.

Na Academia, a criação era estritamente enquadrada, os artistas eram obrigados tanto no nível dos gêneros tratados (preeminência de afrescos históricos relativos a retratos, paisagens, cenas de gênero e naturezas mortas) quanto naquele da produção (a representação da figura humana era especialmente restrita a um número limitado de posturas e de gestos expressivos nobres emprestados do classicismo e do alto renascimento) (WHITE C. ; WHITE, H. 1993). A existência de um padrão artístico claramente definido permitia avaliar a qualidade de um quadro como se faz de uma máquina, a través da posta em evidência das engrenagens, de sua articulação e avaliando cada peça. A combinação das qualidades elementares

² Don Thompson (2014) em *The Supermodel and the Brillo Box*, p. 9, pergunta, assim, sobre os motivos que podem ter conduzido José Mugarbri a adquirir por um preço recorde um dos 4 exemplares do busto de Stéphanie Seymour realizado pelo artista Maurizio Cattelan após uma encomenda do colecionador Peter Brant, esposo da top model. « Unsolved is why Jose Mugarbri or anyone else would pay 2,4 million for a waxwork of someone else's wife, when the same amount might buy a modest Monet or Picasso – or an actual trophy wife ».

³ 'Nem todas as obras de arte são obras primas. Quando elas se tornam uma, isso significa que eles souberam transgredir as normas em vigor de sua época. Mas isso, somente o tempo pode provar.' JIMENEZ M., 1997, *Qu'est ce que l'esthétique*, Gallimard. p. 42.

⁴ Essa classificação ('Kunst Kompass', i.e. 'a bússola da arte') foi proposta pela primeira vez em 1970 por Willi Bongard, hoje falecido ; ele continua sendo publicado anualmente por *Manager Magazin*.

assim obtidas permitia em seguida concluir um julgamento sobre a qualidade global de um quadro segundo Roger de Piles (1708)⁵⁹. Este último preconizava reter quatro elementos a fim de julgar a qualidade de uma obra: a cor, a composição, a coloração e a expressão. Em um sistema como esse, as características intrínsecas da obra são avaliadas em referência a cânones exteriores⁶⁰.

Exemplo de nota sobre 20 de alguns artistas⁷ segundo o método Roger de Piles 1708

	Composição	Coloração	Desenho	Expressão
Bourdon	10	8	8	4
LeBrun	16	16	8	16
Le Dominiquin	15	17	9	17
Pourbus	4	15	6	6

Fonte: segundo Piles R. (1708), *Cours de peinture par principes*, Gallimard (1989), p. 239-241.

449 ■

O equivalente contemporâneo desse sistema de classificação é o Knust Kompass, inicialmente estabelecido por Willi Bongard. Segundo esse novo método, não é mais a conformidade das obras relativamente a um padrão pré-existente que é estudado, mas antes a capacidade da proposição artística de entrar na história da arte. O processo funciona como segue. Em primeiro lugar, um certo número de pontos é atribuído a diferentes instituições de arte contemporânea, revistas especializadas e grandes exposições internacionais. A seguir, cada artista é avaliado segundo sua representação nas diversas instituições e revistas. Por exemplo, se ele se beneficiou de uma compra pelo Centro Georges Pompidou ele tem creditados 800 pontos. No final da conta, o artista que capitalizou o maior número de pontos é aquele que é considerado como tendo a maior qualidade artística. Em tal sistema, não são mais as características internas de uma obra que são avaliadas, porém, mais amplamente, o processo de um artista, as instituições que vêm atestar (ou não) seu caráter inovador. Com a passagem da convenção acadêmica para a convenção de originalidade que põe na frente o processo, escorregamos de um 'sistema de obras' para um 'sistema de artistas'. Além disso, a qualidade é a partir desse momento produzida de maneira endógena ao mundo da arte, ela é o fruto de um processo de interação entre atores reconhecidos por sua capacidade de expertise⁸.

⁵ « Mas eu advirto que para criticar sabiamente, é preciso ter um perfeito conhecimento de todas as partes que compõem a obra e as razões que fazem o todo. Isso porque muitos julgam um quadro somente pela parte de que eles gostam, e não consideram em nada aquela que eles não conhecem ou gostam ». R. de Piles (1708), 238-239, Gallimard, 1989.

⁶ Esse sistema reúne, de certa forma, as regras de avaliação usualmente empregadas no sistema escolar e os concursos, tendo a avaliação dos impetrantes função de uma escala pré-estabelecida.

⁷ Notemos aqui que mesmo que se trate de artistas que sejam notados e não uma obra em particular, a notação é efetuada a partir da observação de sua habilidade de produzir obras e respeitar cânones acadêmicos.

⁸ Aqui é no mundo de avaliação científica ao qual poderíamos nos referir com o procedimento de citações dos artigos a partir do qual são avaliados os pesquisadores em vários países.

Número de pontos atribuídos a alguns grandes museus segundo o Knust Kompass (Fragmento)

Nome do museu	Lugar	Pontos
Centre Georges Pompidou	Paris	800
Guggenheim Museum	Nova York	800
Contemporary Museum of art	Sidney	800
Castello di Rivoli	Turim	650
Museum Ludwig	Koblenz	650
Museum of Fine Art Etc.	Boston Etc.	650 Etc.

Classificação dos artistas, Kunst Kompass 2014 (Extrait)

Nome do Artista	Ano nasciment o	Meio utilizado	Galeria que representa o artista	Total Pontos 2013	Total dos pontos 2014	Posição
Richter Gehrard	1932	Peinture	Goodman	112 000	118700	1
Nauman Bruce	1941	Installations	Fisher	95 870	104470	2
Throckel Rosemarie	1952	Media mixte	Spruth Maqer	72 900	79850	3

Fonte : Manager Magazin 4/2014

Mecânica da formação do valor artístico

A comparação das classificações precedentes visa a colocar em relevo de que forma a evolução do referente para apreender a qualidade artística afeta a organização dos intercâmbios. Posto que a qualidade não pode mais ser avaliada de maneira exógena aos intercâmbios como era o caso na academia, mecanismos de legitimação interna ao mercado se organizam para paliar essa falta. Se o Knust Kompass ilustra essa passagem, ele oferece apenas uma imagem simplificada da medida da qualidade em um momento dado e não nos diz nada do processo de legitimação subjacente. Ele vem de uma mecânica bem mais complexa que vamos apresentar agora. Reconhecer o caráter inovador de um processo artístico e fazer entrar o nome de um artista na história é o privilégio de um número reduzido de personalidades, qualificadas usualmente de instâncias de legitimação (MOULIN R., 2009): conservadores, críticos, galerias e grandes colecionadores. Notemos que não consideramos aqui a ação de mercado desses atores, mas nos concentramos antes sobre sua capacidade de criar “pequenos eventos históricos”. Esses eventos consistem em sinais objetivados, tangíveis e duráveis de reconhecimento artístico que contribuem para fazer entrar o nome do artista na história. Pode ser a redação

de um catálogo, a entrada de uma obra na coleção de um museu, a seleção de obras do artista para uma exposição, a publicação de artigos, etc.

O poder de legitimação dos conservadores é evidente, do fato da superioridade institucional que lhes outorga sua profissão em relação aos outros atores, sendo o museu por natureza ligado à história artística. Aquele dos galeristas ainda que mais indireto não é menos consequente. Através dos vínculos que eles estabelecem com instituições e críticas, também favorecem a entrada de uma obra em uma coleção pública, obtêm um artigo de um crítico conhecido, ou ajudam na publicação de um catálogo, por exemplo, em um marco de uma coedição com um centro de arte, etc. São eles, aliás, em geral, os primeiros a descobrir o artista e a correr o risco de mantê-los. Os colecionadores têm igualmente um papel ativo na criação desses pequenos eventos não somente através das fundações que os mais ricos entre eles estabelecem, mas também através dos empréstimos de obras em vista de exposições nos lugares de legitimação. Os depósitos ou doações de obras que alguns fazem a instituições são outros exemplos de sua capacidade de contribuir para a legitimação artística do trabalho de um artista. Cada um dos 'pequenos eventos' assim produzidos oferece um certificado tangível credenciando a qualidade de um trabalho artístico. Evidentemente, apenas um só « pequeno evento histórico » não basta para legitimar artisticamente um processo; assim, a obtenção de uma crítica em uma revista especializada ou a realização de um catálogo de exposição por um centro de arte fornece apenas uma legitimidade relativa ao trabalho de um artista. É somente no resultado de um processo de sedimentação desses pequenos eventos, que se sobrepõem uns aos outros, que o nome do artista se inscreve na trajetória da história por vir. Notemos que o processo é submetido a fenômenos auto-reforçadores⁹. O fato de um artista adquirir uma certa visibilidade institucional, aumenta, na verdade, a probabilidade de que outros membros das instâncias de legitimação o notem e impulsionem, por sua vez, sinais de reconhecimento artístico. Essa visibilidade que cresce aumenta igualmente a probabilidade de que os outros artistas tomem o processo em questão como referência e desenvolvimento ao lado de - ou em oposição a - seu próprio trabalho, contribuindo para reforçar a posição do artista na história que se está fazendo.

A movimentada história da ligação artística-econômica

O valor artístico sendo definido dessa forma, venhamos à relação que ele mantém com o preço. Os dados de mercado obtidos das vendas públicas revelam uma hierarquia distinta daquela estabelecida segundo o valor artístico. Quando Jeff Koons era em 2014 o artista vivo que registrou a mais alta venda em leilão para uma de suas obras (Balloon Dog Magenta, 58,4 milhões de dólares, taxas incluídas, Christie's, novembro de 2013), aparecia somente na 13ª posição do Knut Kompass em 2014.

A desconexão entre o preço de mercado obtido pelas obras do artista e o

⁹ Retomamos para estudar o funcionamento do mercado da arte as análises de teoria econômica evolucionista segundo as quais a inovação tecnológica segue uma trajetória cujo fio é progressivamente definido a partir de «small historical events » que predeterminam a evolução ulterior dos descobrimentos. Esses fenômenos autoreforçadores remetem à noção econômica de rendimentos crescentes de adoção (Arthur, B., 1989, 116-13)

valor artístico reconhecido de seu autor é ainda mais patente no caso de Jacob Kassay. Esse artista de 30 anos conhece uma ascensão de mercado fulgurante, como um recorde de 317 000\$ em novembro de 2013 (formato 210/150, taxas incluídas, Phillips). No momento da entrada do artista em galeria em 2007, na Eleven Rivington, o preço era de 4000\$ para um formato standard (120/90). Para esse mesmo formato, uma obra atingiu, em maio de 2011, 290 500\$ (taxas incluídas) na Phillips. O artista, ainda que não representado na classificação dos 100 artistas contemporâneos mais legitimados estabelecidos pelo Knust Kompass atingiu em leilão preços similares aos desses artistas confirmados, presentes na classificação, que também está em posições invejáveis. Notemos que Jacob Kassay também não faz parte da lista estabelecida pela revista que indica os artistas “a serem seguidos” pelo fato da importância dos pontos de legitimação adquiridos ao longo do ano decorrido.

Quando a informação mediática vem perturbar o jogo

Como se explica essa defasagem entre as duas hierarquias¹⁰? Três séries de fatores entram em jogo, cuja importância depende das motivações que intervêm na compra de uma obra (prazer estético, social, financeiro). O primeiro fator é de natureza informacional. Se a inclinação subjetiva individual intervêm no momento da compra de uma obra, um número de pessoas procura, no entanto, assegurar-se, em seguida, do bom fundamento de seu julgamento inicial informando-se sobre o percurso do artista para avaliar o grau de reconhecimento que ele obtenha no meio. Todo local de exposição, feira ou galeria, geralmente coloca à disposição do público o CV do artista, no qual são consignados os pequenos eventos históricos precedentemente evocados que atestam o reconhecimento por especialistas do trabalho do artista. Se, no mercado, os amadores confiavam somente em sua inclinação objetiva e a esses sinais – i.e. uma informação artística objetivada – então a concordância entre o valor artístico e econômico das obras estaria globalmente assegurado. A realidade é bem outra. De fato, as pessoas atribuem peso a um outro tipo de informação, desta vez de natureza mediática. Originada especialmente do ruído mediático que fazem as casas de leilão em torno de algumas vendas e, geralmente, transmitida pelos jornais, essa informação mediática não tem fundamento artístico, é isso o que a diferencia fundamentalmente da informação artística legitimada. A obtenção de um preço recorde de leilão não é necessariamente o fruto de uma demanda mantida pelo trabalho do artista, mas pode simplesmente resultar de estratégias interessadas. Um vendedor, detendo numerosas obras de um artista, pode, assim, pedir a um “amigo” para encarecer, fazer aumentar artificialmente a cota do artista e aumentar por esse viés o valor do estoque de obras que ele detém. Da mesma forma, os pools podem se constituir entre vários atores para fazer aumentar artificialmente o preço de adjudicação de um artista e fornecer ao mercado um sinal equivocado. Uma tal situação pôde se produzir para Jacob

¹⁰ Notemos que os preços recordes dos quais as mídias fazem grande eco constituem um número relativamente reduzido de transações. No segmento da arte contemporânea, as transações atingem um preço superior a 50000 euros que concernem somente 6% dos lotes vendidos em leilão, os preços superiores a um milhão somente 0,3% (Artprice, 2014). Além disso, os leilões constituem somente uma parte reduzida do conjunto de transações, sendo o mercado da arte contemporânea, antes de mais nada um mercado de galerias. Apenas ao alcançar um certo nível de legitimação as obras de um artista são suscetíveis de aparecer em leilão.

Kassay no momento de sua primeira aparição nos leilões na Phillips, em novembro de 2010. Quando o garfo de estimação indicava 6000/8000\$, a obra foi estimada em 86 500\$ (taxas incluídas).

Nem todas as pessoas são influenciadas de forma idêntica pela informação mediática, algumas são mais permeáveis que outras, essa sensibilidade depende de sua confiança em seu julgamento e sua capacidade de compreender os sinais emitidos pelas instâncias de legitimação. Os novos chegados ao mercado, pouco aptos a detectar os sinais artísticos têm naturalmente tendência de seguir os julgamentos de massa e a informação mediática¹¹. Diversos trabalhos de psicologia social sublinharam a tendência dos seres humanos de ignorar em certas situações seu julgamento próprio e de adotar a opinião majoritária de um grupo que tem uma opinião diferente da sua, porque eles desejam ter uma percepção exata da realidade, sendo essa influência mais marcada nas situações em que o estímulo inicial é ambíguo ou difícil de apreciar. Os bens de confiança¹², i.e. cuja apreciação da qualidade intervém no julgamento de especialistas que se inserem neste caso figurado. Tal é, precisamente, o caso das obras de arte.

Esses fenômenos miméticos não são sem consequência sobre a formação dos preços. Assim, quando um número elevado de compradores confia essencialmente na informação mediática e atribui pouca importância nas informações provenientes das instâncias de legitimação, o valor artístico e os preços divergem. De fato, o comprador perturbado pela informação mediática está pronto para desembolsar por uma obra um montante superior àquele que os sinais de reconhecimento artístico indicam. Mas, dessa forma, sua compra vem por si só alimentar o rumor mediático, levando outras pessoas a fazer o mesmo. Vemos, então, uma defasagem entre o valor artístico e econômico da obra. Uma vez que esse fenômeno se exacerba, fala-se de bolhas especulativas. A longo prazo, toda bolha está destinada a explodir, trazendo o preço da obra a um nível mais próximo de seu valor artístico.

453 ■

Quando a distinção se mistura

A defasagem do valor artístico/econômico constatado nos mercados não é, no entanto, imputável a esse único efeito informacional e é o fruto de outros fatores. A busca de distinção social é um dentre eles. O economista Alfred Marshall destacava a importância desse motivo no consumo: “mesmo tão elevado o desejo de variedade, ele é frágil comparado à necessidade de distinção: um sentimento que, considerado em sua universalidade, e sua constância, afeta os homens de todos os tempos, nos vêm desde o berço e não nos deixa jamais até a tumba, e pode ser assim considerado como a mais potente das paixões humanas” (MARSHALL, A., 1966. 73). O fato de que a aquisição de bens reputados tenha um preço elevado é um dos meios que as pessoas podem utilizar para afirmar seu poder e seu prestígio,

¹¹ Mais geralmente e segundo os trabalhos conduzidos em psicologia social por Allen (1965), menos uma pessoa tem confiança na validade de sua posição, mais ela se inclina a se deixar influenciar. A confiança, por sua vez, depende da ambiguidade e da dificuldade do estímulo em questão.

¹² A economia distingue três tipos de bens em relação a sua qualidade. Os bens de pesquisa para os quais a qualidade pode ser conhecida antes do consumo porque depende de sua funcionalidade (e.g. número de cavalos de um automóvel), os bens de experiência pelos quais a qualidade pode ser conhecida somente depois do consumo (e.g. alimentação) e os bens de confiança pelos quais a qualidade não permite conhecer com certeza a qualidade (e.g. creme anti-rugas).

para sinalizar seu entorno (VEBLEN, 1890). Para tais bens, toda baixa de preço produz efeitos atípicos e induz uma diminuição da demanda, já que o caráter ostensivo se encontra mecanicamente diminuído, e um bem cujas qualidades intrínsecas da obra não tenham mudado em nada. Quando o que guia o comprador é essencialmente a procura de distinção, é a aquisição pública, e um preço recorde o que importa, o valor artístico fica relegado a um segundo plano. Essas compras podem ser nefastas para o mercado porque elas são suscetíveis de induzir a um erro os compradores “ingênuos” que, ao não estar informados, atribuem uma qualidade artística maior à obra que aquela que ela mesma realmente tem e estão, assim, prontos para pagar um preço elevado para adquiri-la (i.e. mimetismo informacional), mas ela vem igualmente aguçar os apetites de pessoas em busca de distinção que nesses novos preços recordes um meio de mostrar ainda mais sua posição social (i.e. efeito Veblen). Um espiral inflacionista é, então, iniciado.

Assim, a explosão do número de milionários no mundo não ficou sem consequência sobre a evolução dos preços e do mercado. Enquanto em 1987 a Forbes deduzia 140 milionários, em 2014 essa cifra era 10 vezes superior. Segundo o World Wealth report, a parte das obras de arte no seio dos investimentos ditos “de paixão” efetuados pelos indivíduos mais afortunados se elevava a 22%¹³. A multiplicação dos milionários aliada à importância das compras de arte em seus investimentos de paixão contribuiu para o crescimento do número de leiloeiros que intervêm em níveis de preço elevados. Enquanto no alvorecer do milênio somente uma centena de compradores no mundo era suscetível de gastar mais de 5 milhões por uma obra de arte, a partir de então o número desses compradores explodiu para 1000 até mesmo mais (ADAM, 2014), e sua origem geográfica se diversificou largamente. Se convém evitar toda generalização precipitada e o efeito Veblen não é necessariamente o motivo primeiro da compra do conjunto dessas novas levas, ainda acontece que em certos casos a motivação seja patente, como destacava Harry Bellet na ocasião da compra pelo milionário chinês Wang Jianlin de Claude et Paloma, um Picasso de 1950, por 28,1 milhões de dólares durante uma venda considerada como de qualidade relativa segundo os especialistas¹⁴, e assim, mesmo que a estimativa inicial julgada como irracionalmente elevada era de 12 milhões de dólares: “Não é mais um Picasso, é um Wang Jianlin... E é uma primeira explicação para esses preços delirantes” a casa de venda revelou o nome do comprador, então é porque ele queria que se soubesse. Dessa forma, alguns se dão notoriedade¹⁵.

Quando o motivo especulativo aparece

Enfim, a defasagem entre o valor artístico e de mercado é alimentada por um terceiro fator, a especulação. Para o especulador, o valor fundamental da obra pouco importa. Ele pode adquirir conscientemente obras super cotadas, a partir do

¹³ World Wealth Report, Capgemini RBC Wealth Management. Os outros investimentos paixão são: coleção de luxo (automóveis, barcos, etc.), outros bens de coleção (vinho, moeda, antiguidades, etc.), investimento em esporte (equipes, cavalos de corrida etc.), joalheria, diversos (membro de clube, viagens, instrumentos musicais, armas, etc.).

¹⁴ A venda era aquela ‘da coleção’ do marchand Krugier à propósito da qual Isabelle de Wavrin destacava « que se tratava menos de pedaços amorosamente escolhidos que de acumulação não vendidos », Le Quotidien de l’art, 6 novembre 2013.

¹⁵ Harry Bellet, Le Monde, 21 novembre 2013.

momento em que ele antecipar que outras pessoas estarão dispostas a comprá-las no dia seguinte ou mais adiante por um preço ainda bem superior. Notemos que esse jogo pode funcionar entre especuladores sem que haja sequer ingênuos entre os compradores. Segundo Keynes, o efeito é tal “que não é necessário que haja no público vítimas para encher o bolso dos profissionais; a partida pode ser jogada entre os profissionais”, e o economista compara, então, a especulação a um jogo de cadeira musical afirmando que “podemos encontrar nesses jogos o acordo e o sabor mesmo que todo o mundo saiba que há um velho garoto em circulação ou que no momento em que a música para, alguns se encontram sem cadeira” (KEYNES, 1969, 168).

Uma das condições necessárias à especulação, além da existência de antecipações na elevação reside na liquidez do mercado, i.e. o número e a frequência das transações devem ser elevados, para que o risco corrido pelos operadores não seja elevado demais e que eles possam também realizar rapidamente seus negócios. Os artistas cuja produção é quantitativamente elevada constituem, assim, uma presa potencial para os especuladores. No caso de Jacob Kassay, a frescura das obras aparecidas no mercado, revendidas no segundo mercado pouco tempo após sua realização (dois anos ou mesmo um), com diferenças de preço consequentes, apresenta todos os sintomas de ações especulativas.

455 ■

O destino das bolhas e do mercado

Que se trate da tulipomania do século XVII, dos caminhos de ferro no Oeste americano no XIX, ou ainda a bolha Dot.com em 2000, toda bolha especulativa parece destinada a explodir. Parece inevitável que “a exuberância irracional” característica dos comportamentos especulativos encontre em um momento ou outro em seu caminho um pequeno pedregulho que a desvia e a conduz a se engajar em uma dinâmica depressiva. Parece, na verdade, pouco realista que o otimismo imoderado que conduz os atores a antecipar uma elevação dos preços perdure, a probabilidade é grande que cedo ou tarde um evento venha a perturbar seu belo otimismo¹⁶, fazendo-os brutalmente olhar outro dia a defasagem existente entre o valor fundamental do bem submetido à especulação e seu preço de mercado. Uma vez que a inversão das antecipações se opera, tanto o mimetismo informacional como o efeito de distinção favorecem a formação de antecipações de baixa, segundo uma lógica cumulativa similar àquela que havia inicialmente conduzido a sua elevação.

No mercado da arte, o fenômeno de bolha e sua virada resulta de uma análise ainda mais complexa. Na verdade, não somente é difícil prever a evolução do humor do mercado, mas além disso, em certas situações, a informação artística, teoricamente que garante o valor fundamental da obra, pode ser enviesada. Assim, não poderemos mais falar propriamente da bolha, já que o valor artístico aumentará para vir, se não se juntar, ou ao menos se aproximar do valor econômico. Tal é o caso quando os membros das instâncias de legitimação emitem sinais para atestar a

¹⁶ Isso pode ser por exemplo o anúncio de lastimosos lucros obtidos pelas casas de leilão, apesar das cifras de negócios proveitosos ou de qualquer outro evento. A mesma informação negativa fornecida podendo efetivamente retornar as antecipações ou não, em função do ‘humor do mercado’ e da permeabilidade dos atores nesse momento preciso da chegada de uma informação desse tipo.

456 ■ qualidade de um processo artístico¹⁷, não em razão de suas convicções profundas e do interesse que eles dão ao trabalho desenvolvido pelo artista, mas antes porque eles entram no jogo de interesses. Esses comportamentos colocam questões de fundo quando os atores implicados devem ser os representantes do interesse geral. Em um contexto de estreitamentos dos créditos, reconheçamos que, para uma instituição pública, é grande a tentação de organizar uma exposição em torno de um artista mediático, no qual o conservador não acredita necessariamente, mas que proporcionará um número elevado de entradas ao museu, e para a qual uma rica galeria e/ou um rico mecenas dividirão as despesas de realização das obras monumentais produzidas para a exposição. Que crédito dar, então, a esses sinais de legitimação artística? Mas a instituição pública não é a única em causa. A fundação instituída por um rico colecionador se beneficia de vantagens fiscais em razão de seu engajamento em relação ao interesse geral. As transformações produzidas na indústria do luxo nos anos 1990 – constituição de grandes grupos e aumento da clientela – deram nascimento a novas estratégias, marcadas pela necessidade de conservar aura e distinção, e conduziram a uma aproximação com a arte contemporânea. Quando esta se encontra instrumentalizada e declinada através dos 4P do marketing: product (produção de bens de luxo assinados por artistas) / price (segmentação dos preços em consequência) / place (butiques, lugares de exposição) / promotion (desfiles, performances, campanhas de publicidade gravadas por artistas), pode-se observar com circunspeção a constituição de uma fundação dedicada à arte contemporânea, e seu engajamento a favor do interesse geral, ainda mais que a potência financeira desses ricos colecionadores lhes permite estimular a informação mediática e acelerar os processos de reconhecimento (e.g. recordes de leilão), em acordo com outros atores, quando não se trata de especulação.

Ainda que convenha respeitar a presunção de inocência, notemos que as tentações são grandes e colocam questões de fundo quanto ao funcionamento do mercado da arte, ao papel da instituição como “garantia” do valor artístico, e ao papel crescente do poder financeiro. Na mitologia grega, Ulisses se segurava em seu mastro para evitar que se deixasse seduzir pelo canto das sereias, no seio do mundo da arte, ajudaria se alguns corrimões fossem inventados.

Referências

ADAM, Georgina. **Big Bucks**, Lund Humphries, 2014.

AKERLOF G. The Market for “Lemons”: Quality Uncertainty and the Market Mechanism, **Quarterly Journal of Economics**, 84 (3), 1970.

ARTHUR, Brian W. 1989, Competing Technologies, Increasing Returns, and Lock-In by Historical Events, **The Economic Journal**, 99 (394) <<https://doi.org/10.2307/2234208>>

¹⁷ E, assim fazendo contribuem para fazer entrar o nome do artista na história da arte.

KEYNES J. M., **Théorie Générale de l'Emploi de l'Intérêt et de la Monnaie**, Payot, Paris, 1969 1ère éd. 1936, p. 168.

MARSHALL, A., **Principes of Economics**, 8ème édition, Macmillan, Londres, 1966, 1ère édition en 1890.

MOULIN R. **L'artiste, l'institution et le marché**, Paris, Flammarion , 2009.

MOUREAU N., SAGOT DUVAUROUX D. Les conventions de qualité sur le marché de l'art, d'un académisme à l'autre ?, **Esprit**, Octobre. 1992

JIMENEZ M. **Qu'est ce que l'esthétique**, Gallimard, 1997

PILES, Roger De. **Cours de peinture par principes**, Gallimard, 1989.

VEBLEN, Thorstein. **Théorie de la classe de loisir**, Gallimard, 1970.

WHITE, Harrison ; WHITE , Cyntia. **Canvases and Careers**, The University of Chicago Press, 1993.

457 ■

Publicado em <<http://laviedesidees.fr/> 3 de abril de 2015>

Recebido em 28/08/2017 Aprovado em 02/10/2017