

MANUAL PARA PATENTEAR OBJECTOS DE ARTE

Tese de Mestrado em Estudos Artísticos, Teoria e Crítica de Arte
António Pedro Crespo Martins

Orientador: Professor Dr. Bernardo Pinto de Almeida

Outubro, 2010

AGRADECIMENTOS

Richard Mutt,

George W. Welch,

Bull,

Pinkens,

Rose Sélavy

ÍNDICE

A PERIOD OF DISCOVERY	4
CAPÍTULO 1 - INTRODUÇÃO	5
CAPÍTULO 2 - O VALOR DE UM OBJECTO DE ARTE	10
CAPÍTULO 3 - ARTE E MERCADO	22
CAPÍTULO 4 - RENDEZ-VOUS	36
CAPÍTULO 5 - CONCLUSÃO	55
BIBLIOGRAFIA	58

A PERIOD OF DISCOVERY

MR.DUCHAMP, RROSE SÉLAVY. RROSE SÉLAVY, MR. DUCHAMP.



Moustiques domestiques demi-stock pour la cure d'azote sur la Côte d'Azur.

Parmi nos articles de quincaillerie paresseuse, Rose Sélavy et moi recommandons le robinet qui s'arrête de couler quand on ne l'écoute pas.

Guy Vian. Marcel Duchamp, what power do you attribute to humor?

Marcel Duchamp. A great power; humor was a sort of savior so to speak because art was such a serious things, so pontifical that I was very happy when I discovered that I could introduce humor into it. And that was truly a period of discovery. The discovery of humour was a liberation¹.

¹ Entrevista de Marcel Duchamp na Canadian Radio Television, 17 de Julho, 1960.
http://toutfait.com/issues/volume2/issue_4/interviews/md_guy/md_gut.html
Fotografia apropriada de: <http://www.npg.si.edu/exhibit/duchamp/pop-ups/01-06.html>

CAPÍTULO 1 - INTRODUÇÃO

A MAKING WITHOUT THE NOTICING

I am against the word "anti" because it reads like atheist as compared to believer. And an atheist is just as much of a religious man as the believer is, and an anti artist is just as much of an artist as the other artist. An-artist would be much better if I could change it, instead of anti artist. An-artist, meaning no artist at al. That would be my conception, I don't mind being an an-artist.

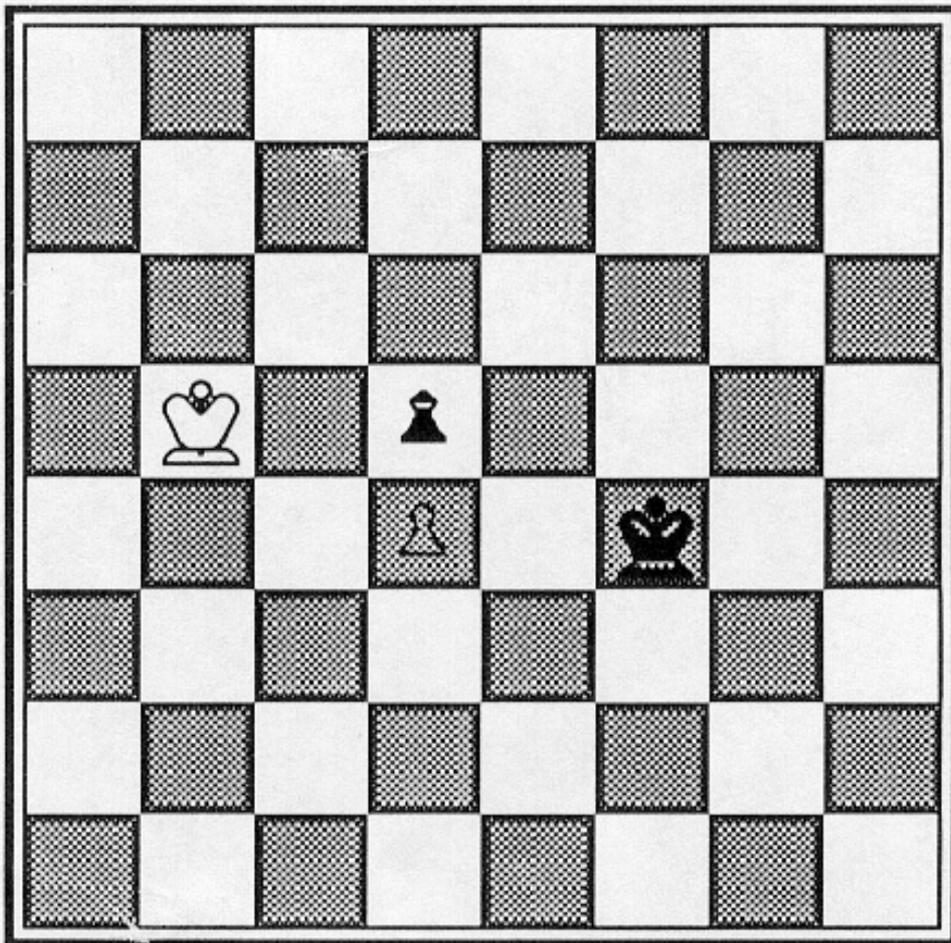


Fig.1 *Le Trébuchet* (The Trap)

Vitaly Halberstadt e Marcel Duchamp, *L'Opposition et les Cases Conjugées sont Reconciliées* [Opposition and Sister Squares are Reconciled] (Paris/Bruxelles: L'Echiquier, 1932)

No ensaio de 1922 sobre Duchamp, em *Littérature*, André Breton escreve que para Duchamp *the question of art and life...does not even arise*. O Capítulo 1 explora a equivalência entre artista e *an-artista*, introduz o conceito de *eco estético* e apresenta o processo criativo como um percurso de descoberta do sujeito que procura uma linguagem com a qual consiga comunicar, a técnica. Ao apresentar a arte como um processo cultural, enquadrada pelo *sentido histórico*, estabelece a instituição e define a tradição. O valor de um objecto de arte depende da comunicação que este estabelece com o *povo dos mortos*, pelo que o Capítulo 2 se ocupa do processo criativo, discute a natureza da arte e observa em que medida cada obra de arte *instala um mundo* e relaciona os homens, a partir da *solidão temporária mas profunda, que todos os homens guardam dentro de si*. O Capítulo 3 ausculta a obra de Duchamp a partir das relações de influência, empregando o discurso directo do artista, as ideias que exprime nas suas palavras e que esgrimem o seu ataque à arte da retina. A discussão do valor desloca-se para o espaço do mercado, através da análise do objecto de arte enquanto activo financeiro, que aprecia e deprecia, com o tempo e o gosto. O Capítulo 4 promove a discussão do valor a partir do *rendez-vous* entre a obra de arte e o espectador, reflecte sobre o *ready-made*, e questiona o papel da crítica e das instituições da indústria da cultura. O Capítulo 5 conclui a investigação, resumindo a questão do valor em Duchamp.

ROUND 1: AN-ARTIST

YOU HAVE IT, OR YOU DON'T HAVE IT.

No princípio era o Verbo, o *logos* expresso em palavras, que enforma objectos e corresponde a um pensamento interior, que acompanha ou faz parte de cada *anartista*, na expressão de Duchamp. A história da pintura Europeia é o percurso de Giotto a Vélazquez, Cézanne e Duchamp, artistas que criam o antes e o depois. Na expressão de Heidegger, *Sempre que a arte acontece, a saber, quando há um princípio, produz-se na história um choque, a história começa ou recomeça de novo*.

De Kooning diz que Duchamp é o *that one-man movement*², enquanto para Bruce Naumann *he leads to everybody and nobody*³. Nam June Paik afirma *Marcel Duchamp has already done everything there is to do - except video*⁴, contudo é John Cage quem melhor

² "What Abstract Art Means to Me", *Museum of Modern Art Bulletin*, vol.18, nr.3 (June 1951), p.7

³ "A collective portrait of Marcel Duchamp", p.211

⁴ Entrevista com Irmeline Lebeer, em: *Chroniques de l'art vivant*, nr.55 (February 1974), p.35, citado em *Marcel Duchamp: The Most Influential Artist of the 20th Century?*, p.27

expressa a aparente omnipresença de Duchamp: *Say it's not a Duchamp. Turn it over and it is*. Duchamp é uma figura incontornável entre os seus pares, mas um *anartista* para o mercado, incapaz de satisfazer o seu apetite voraz por obras de Picasso e Van Gogh, num regurgitar constante de pigmentos em telas para troca imediata.

Duchamp é a estação primeira para discutir a questão do valor na arte, porque o valor de uma obra é a sua experiência estética, e a obra de Duchamp ilustra a diferença entre a experiência estética como experiência da subjectividade, e a experiência histórica do mercado, onde *cada ribanceira é uma nação*.

ROUND 2: AESTHETIC ECHO

NEVER IN YOUR LIFE, IF YOU HAVE NOT THE BRAINS FOR IT.

A experiência estética é a experiência da subjectividade, da sensação, do mundo. Na terminologia de Duchamp, a emoção estética manifesta-se num *eco estético*; que Deleuze transcreve na questão do *devenir*, o sujeito que gera mais subjectividade, que se expande na ocorrência de uma determinada experiência. A experiência estética corresponde então à experiência de *devenir* do sujeito, e o *eco estético* pode ser partilhado com um número alargado de pessoas.

As artes lidam com o processo criativo, onde criação e vida são sinónimos. O artista vive experiências estéticas que o excitam e que o forçam a reagir, a completar o percurso da intenção à realização. Para Duchamp há dois pólos na criação de arte: o artista, que age como um ser que medeia, e o espectador, que mais tarde se torna na posteridade. A execução da obra reside na intuição pura e não pode ser traduzida numa auto-análise⁵, pelo que Duchamp atribui ao processo criativo o que denomina coeficiente de arte pessoal.

A expressão pessoal da arte num novo estado é refinada pelo espectador, através do fenómeno da transmutação da matéria inerte em objecto de arte, o que determina o peso da obra na escala estética. Duchamp explicita a necessidade do contacto da obra com o exterior, ilustrando que o processo criativo não é realizado exclusivamente pelo artista, o que se torna óbvio no veredicto final da posteridade.

Duchamp compara arte e emoção, para a classificar em boa, má e indiferente. As declarações do artista têm um valor social, mas necessitam do veredicto do espectador, que

⁵ Duchamp nota que a história da arte decide, de forma consistente, as virtudes da obra de arte através de considerações completamente separadas da explicação racionalizada do artista.

é filtrado através do elemento do tempo. A posteridade consagra um número restrito de artistas, dos milhares que são discutidos e aceites pelos espectadores, do universo de artistas.

ROUND 3: A TECHNIQUE

A MAN WHO IS COLOR BLIND WILL NEVER DREAM OF A RED OR A GREEN.

Na qualidade de *anartista*, o percurso de Duchamp corresponde a um itinerário na procura de uma expressão nova e completamente pessoal, invenção da própria identidade e construção subjectiva. A experiência da subjectividade requer atravessar a solidão, mas porque a experiência estética é experiência de comunicação, só há solidão enquanto não se encontra a comunidade de pertença.

Francis Bacon fala da necessidade de *unlock the valves of feeling*, e afirma *One brings the sensation and the feeling of life over the only way one can*⁶. Para Bacon a sua obra corresponde a um exercício em busca da imagem perfeita, *The one image that sums up all the other.... And of course, I've got an obsession with doing the one perfect image*. A propósito do *Grand Verre*, Duchamp comenta: *This wedding of two different sources of inspiration gave me a satisfactory answer to my research for something that had not been previously attempted; being the young man who wants to do something by himself and not copy the others, not use too much of the tradition. My right direction to find some way of expressing myself without being a painter, without being a writer, without taking one of these labels, and yet producing something that would be an inner project of myself. The two things mixing up: the ideas and this visual representation attracted me as a technique, if it has to be a technique at all. And this average form explains why I didn't have anyone to agree with me more or less, or to follow my ways of looking at it*⁷.

A arte é um processo cultural enquadrado por um contexto histórico que é determinado pela sua inscrição num processo mais vasto, em que a mudança se faz pela transformação das suas condições, e em que a percepção do tempo condiciona a produção do próprio objecto. Enquanto afirmação da consciência da vida, a arte é comunicação, e aspira à continuidade, através do que T. S. Eliot designa por sentido histórico, *and the historical sense involves a perception, not only of the pastness of the past, but of its presence*. Por isso Jean Genet diz *a obra de arte deve recuar milénios e juntar-se à imemorial noite*

⁶ David Sylvester (2007) *Interviews with Francis Bacon*, Thames & Hudson, New York.

⁷ Uma entrevista de Richard Hamilton, London, 1959

povoada pelos mortos que irão reconhecer-se nessa obra. Desta forma, a história da arte é a história das influências, das relações de influência, da inovação.

A modernidade apelou à emancipação, à experimentação, e ao progresso. No plano da inovação, essencial para a história da arte, as vanguardas assumem um papel fundamental que envolve *intervenção em espaços inter-relacionados de representação, publicidade, competição profissional e reconhecimento crítico*⁸. O carácter decisivo das vanguardas incorpora um jogo entre referência, deferência e diferença: a obra tem de evocar uma referência, que desconstrói e refaz, introduzindo a diferença, que tem de ser legível em termos estéticos e críticos. Por isso, a história da arte deve ser entendida como continuidade e não como ruptura.

A arte moderna reclama de Cézanne uma paternidade que a arte contemporânea procura em Duchamp. Segundo Jasper Johns, *The art community feels Duchamp's presence and his absence. He has changed the condition of being here.*

⁸ Griselda Pollock (1992) *Avant-garde gambits 1888-1893*, Thames & Hudson, New York.

CAPÍTULO 2 - O VALOR DE UM OBJECTO DE ARTE

B DE BRICOLEUR

O mundo da arte é povoado por figuras referenciais, patronos e artistas que alteraram a condição de produzir objectos de arte, a função dos mesmos, e por conseguinte o seu valor. Duchamp pertence a este património, porque investiga a forma de produção de objectos de arte, persiste na discussão da natureza da arte, e intervém no mercado enquanto artista e artista de artistas. Enquanto artista, porque transacciona os objectos que produz e que qualifica de obras de arte, facilitando ao mercado o *Nu descendant un escalier No.2*, mas vedando-lhe o acesso ao *Étant donnés*. Objectos que vende e depois recolhe, compila, e refaz nas *boîte-en-valise*. Enquanto artista de artistas, participa na qualidade de *marchand*, mas também como o artista que se apropria da obra que pertence ao colectivo dos espectadores sob a forma de posterioridade, para produzir o *L.H.O.O.Q.*⁹ ou ainda o *Cheque Bruno*.

Artista *bricoleur*, na interpretação de Derrida sobre o conceito de *bricolage* de Lévi-Strauss, Duchamp expande a reflexão sobre a obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica. O museu viajante *boîte-en-valise* aprofunda as possibilidades do conceito de *ready made* enquanto experiência sobre a natureza do objecto de arte e a questão do valor. Refazer o *ready-made* ilustra o processo iterativo de tentativa e erro que caracteriza a actividade criativa, ao mesmo tempo que repete Benjamin, reconhecendo que a *reprodutibilidade técnica da obra de arte emancipa-a. A obra de arte reproduzida torna-se cada vez mais a reprodução de uma obra de arte que assenta na reprodutibilidade.*

ART FOR THE FEW

Art can never be adequately defined because the translation of an aesthetic emotion into a written or spoken description is as inaccurate as your description of fear when you have been actually scared. When we say art for all we mean that everybody is welcome to look freely at all works of art and try to hear what I call an aesthetic echo. We also imply that

⁹ "La chose curieuse à propos de cette moustache et de ce bouc est que, lorsque vous regardez le sourire, Mona Lisa devient un homme. Ce n'est pas une femme déguisée en homme, c'est un vrai homme; voilà ma découverte, sans qu'à l'époque je le réalise." Em Herbert Crehan, "Dada", Evidence, Toronto, N°3, Outono 1961.

art cannot be understood through the intellect, but is felt through an emotion presenting some analogy with a religious faith or a sexual attraction.

An aesthetic echo, this is about all I can really say to give an objective equivalent of how the aesthetic emotion manifests itself. The important point here is to differentiate taste from aesthetic echo. Taste gives a sensuous feeling, not an aesthetic emotion. Taste presupposes a domineering onlooker who dictates what he likes and dislikes, and translates it into beautiful and ugly when he is sensuously pleased or displeased. Quite differently, the 'victim' of aesthetic echo is in a position comparable to that of a man in love, or a believer, who dismisses automatically his demanding ego and helplessly submits to a pleasurable and mysterious constraint. While in exercising his taste he adopts a commanding attitude; when touched by the aesthetic revelation, the same man almost in ecstatic mood becomes receptive and humble¹⁰.

A questão do valor pressupõe a compreensão do que é a obra de um artista: produção (enquanto abertura do ente, criação) e não produto (objecto). O artista atribui o valor original ao objecto criado, quando o comunica e afirma: isto tem valor. Discutir o valor de um objecto de arte obriga a que se defina um objecto como sendo objecto de arte. Tal implica *especular sobre a natureza da arte*, na terminologia de Rothko. O valor de um objecto de arte decorre da experiência estética, que é fruto do contexto cultural e de época. O valor de mercado corresponde a um número de unidades monetárias que um agente económico tem de aplicar para obter a posse de um objecto de arte, e não corresponde ao valor da arte.

UM MUNDO DE POSSIBILIDADES

Whenever one begins to speculate about the nature of art, I have never been able to find more pregnant rhetoric, or symbols than those of the Greek Gods (...) For the Greek Gods in their functions were shrewd to codify both the qualities, the possibilities as well as the limitations of human expression. (...) It seems that the role of the artist is to pry and prod at the risk of the destruction which were the wages that might come of invading forbidden ground. A few escaped destruction and come back to tell the tale¹¹.

¹⁰ Marcel Duchamp, *The Western Roundtable on Modern Art*, 1949

¹¹ *Writings on Art*, Mark Rothko

*After all, works of art are always the result of one's having been in danger, of having gone through an experience all the way to the end, to where no one can go any further. The further one goes, the more private, the more personal, the more singular an experience becomes, and the thing one is making is, finally, the necessary, irrepressible, and, as nearly as possible, definitive utterance of this singularity*¹².

A arte tem origem na vida, nasce da relação entre o homem e a natureza, e *captura algo do presente dessa relação específica*. O processo criativo corresponde à experiência estética da realidade pelo sujeito, a um trajecto que o artista percorre e repete, na sua investigação formal ao nível das linguagens específicas. As limitações da capacidade de expressão humana correspondem ao limite da singularidade a que cada sujeito que procura a sua identidade enquanto artista, pode aspirar. Esta singularidade depende do envolvimento do sujeito com a experiência estética. Bacon descreve o processo criativo como *walking along the edge of the precipice*, que consiste em ver o enigma da arte, como referido pela esfinge de Pasolini, *L'abisso in cui mi spingi è dentro di te*¹³.

Para Benjamin, a singularidade da obra de arte corresponde à sua *aura*, a *manifestação única de uma lonjura, por mais próxima que esteja*. A singularidade da obra de arte é *idêntica à sua forma de se instalar no contexto da tradição*. Esta tradição, *ela própria, é algo de completamente vivo, algo de extraordinariamente mutável*. A este propósito, Duchamp afirma *I dream of rarity, what otherwise could be known as superior aesthetic*. A obra prima preenche estes requisitos de singularidade, que não são condição suficiente de obra prima. Isto porque a definição histórica e cultural, mas também o gosto e o conhecimento, variam com o tempo.

No mundo antigo, uma obra prima identificava-se pelo seu proprietário e pela função do objecto. Para os artistas medievais, as obras primas resultavam de uma atribuição pelos seus pares, no contexto dos grémios profissionais. Benjamin identifica o culto como a *expressão original da integração da obra de arte no seu contexto tradicional*. Os primeiros objectos de arte surgem *ao serviço de um ritual primeiro mágico e depois religioso*, pelo que o valor singular, e a forma de existência da aura, nunca se desligam completamente da sua função ritual, onde a obra de arte adquiriu *o seu valor de uso original e primeiro*, que se mantém *reconhecido enquanto ritual secularizado*. Com a secularização da arte, a *autenticidade toma o lugar do valor de culto*.

¹² Letters on Cézanne, Rainer Maria Rilke

¹³ *Sfinge: "C'è un enigma nella tua vita, qual è?" Edipo: "Non so, non voglio saperlo" Sfinge: "E' inutile. L'abisso in cui mi spingi è dentro di te."*, Edipo Re, 1967, Pier Paolo Pasolini

A evolução do gosto e do conhecimento introduziu a ideia de uma capacidade técnica específica, na figura do perito, e a metodologia comparativa como forma de identificar obras primas no stock de objectos de arte do passado. Este trabalho arqueológico redescobre, reatribui, ou autentica obras primas com base em conhecimentos e percepções de uma comunidade de investigadores e curadores de museus. Esta cruzada suportada pela tecnologia permite *instalar* artistas *no contexto da tradição*, e reparar falhas históricas dos espectadores, ao mesmo tempo que liberta objectos de arte para um mercado dependente de génios. Para Duchamp, *posterity is a form of the spectator, e a work is also made of the admiration we bring to it*, pelo que *properly, any masterpiece is called that by the spectator as a last resort. It is the onlooker who makes the museum, who provides the elements of the museum*. Qualquer julgamento sobre um objecto de arte é sempre *so problematic, so weak*; depende do carácter temporal, pelo que Duchamp afirma *But to talk about truth and real, absolute judgement - I don't believe in it at all*.

A contribuição de Duchamp consiste em delegar na posteridade a decisão sobre o valor. É o espectador póstumo quem faz os quadros, pois *the contemporary spectator is worthless, in my opinion. Naturally, no artist accepts this interpretation. But when you get right down to it, what is an artist?* Para Duchamp *the artist exists only if he is known*. É através do seu reconhecimento pela intervenção do público que o artista pertence à posteridade. Ao identificar o objecto de arte como produto de dois pólos, o artista e o espectador, Duchamp comporta-se como Cézanne, *Je vous dois la vérité en peinture et je vous la dirai*. A verdade de Duchamp reside no facto de a real importância do trabalho de um artista depender do espectador, que participa no processo criativo: *I give the latter as much importance as the one who makes it*.

Para além da intervenção do espectador póstumo, Duchamp submete os objectos de arte ao filtro da raridade. Equivale, na terminologia de Benjamin, ao conceito de *aura*, que *representa a formulação do valor de culto de uma obra de arte, em categorias da percepção espacial e temporal*. Benjamin observa que *cada vez mais a singularidade da manifestação dominante na figura de culto é suplantada pela singularidade empírica do artista, ou da sua realização plástica, na concepção do observador*. Duchamp limita as obras da grande arte a um número restrito, e apenas estes objectos de arte têm valor. Possuem, com carácter de permanência, a capacidade de causar o choque estético, *A painting that doesn't shock isn't worth painting*, e gerar no espectador o eco estético. Enquanto o pintor de *Nu descendant*

un escalier No.2, Duchamp é consciente que choque estético não significa *succès de scandale*, que transforma o artista em *bête curieuse*¹⁴.

In the production of any genius, great painter or great artist, there are really only four or five things that really count in his life. The rest is just everyday filler. Generally, these four or five things shocked when they first appeared. Whether it's "Les Demoiselles D'Avignon", or "La Grand Jatte", they're always shocking works. In this sense, I do not feel like going to admire every Renoir, or even all of Seurat.... People like Rembrandt or Cimabue worked every day for forty or fifty years, and it is we, posterity, who have decided that this was very good because it was painted by Cimabue or Rembrandt. Any little bit of trash by Cimabue is still very much admired. It's a piece of trash next to three or four things he made which I don't know about anyway, but which exist. I apply this rule to all artists.

O ESTÚDIO DA OBRA

*Je crois qu'il faudrait y faire un autre, d'autre façon, plus un.... Oui, mais c'est un peu extérieur encore, il faudrait aller au fond de l'histoire, il faudrait risquer tout, voir les tableaux les uns sur les autres, comme ils se font, qui sont tous un tableau.*¹⁵

No documentário em que Clouzot se propõe dar a conhecer o mecanismo secreto que serve de guia ao criador na sua aventura perigosa, o espectador assiste ao que Heidegger descreve como o artista permanece algo de indiferente em relação à obra, quase como um acesso para o surgimento da obra, acesso que a si próprio se anula na criação. O ser-criado da obra só se deixa manifestamente compreender a partir do processo da criação, pelo que temos de aceder a levar em conta a actividade do artista para encontrar a origem da obra de arte. Adorno identifica a sensibilidade do artista como essencialmente a capacidade de proporcionar uma ressonância à coisa, de ver com os olhos da coisa. Heidegger identifica a origem da obra de arte e do artista na arte: *Procuramos a sua essência na obra real, e a realidade da obra determina-se a partir do que na obra está em obra, a partir do acontecer da verdade*. A propósito de Giacometti, Genet afirma que o artista realiza pelo espectador a operação que consiste em *trocar o mundo por uma solidão temporária mas profunda*, que

¹⁴ O quadro de Duchamp foi rejeitado em Paris em 1912, no *Salon des Indépendants*, e foi apresentado em Nova Iorque em 1913, no *Armory Show*, tendo provocado grande controvérsia e escandalizado os espectadores americanos. Esta obra é contemporânea do ballet de Stravinsky, *Le Sacre du Printemps*, também apresentada ao público em 1913, e igualmente considerada um *succès de scandale*.

¹⁵ Pablo Picasso, em Henri-Georges Clouzot, *Le Mystère Picasso*, 1955, Arte Video

todos os homens guardam dentro de si. Este mínimo denominador comum, solidão, designa conhecimento de uma singularidade intocável, que maravilha e permite aceder à beleza.

O processo criativo abre um mundo de possibilidades, *cada objecto cria o seu espaço infinito*, o que requer do espectador esforço e um comportamento adequado para aceder à verdade da obra. *O espectador faz um contrato com a obra de arte, para que ela se exprima.* Adorno nota que *toda a obra de arte exige o pensamento*, e identifica compreensão com a crítica. *A capacidade de compreender corresponde à aptidão para distinguir o verdadeiro e o falso*, pelo que *a arte é conhecimento, mas não conhecimento de objectos*. Para Heidegger, *na obra de arte é a verdade que está posta em causa, e a beleza é um modo como a verdade enquanto desocultação advém.* Na medida em que *a obra enquanto obra instala um mundo, põe-se em decisão para uma humanidade histórica.* A arte tem uma história, e é histórica no sentido essencial de que funda a história. Enquanto histórica, *é a salvaguarda criadora da verdade na obra*, porque o acontecimento da verdade é histórico. A verdade faz por isso parte da instituição e do *povo dos mortos*, na expressão de Genet.

A ANGÚSTIA DA INFLUÊNCIA

*In art you can only stay within the “well done,” and by your staying there, it increases and surpasses you again and again*¹⁶.

*The emotion of art is impersonal. And the poet cannot reach this impersonality without surrendering himself wholly to the work to be done. And he is not likely to know what is to be done unless he lives in what is not merely the present, but the present moment of the past, unless he is conscious, not of what is dead, but of what is already living*¹⁷.

No ensaio *Tradition and the Individual Talent*, T.S. Eliot observa que a palavra tradição tende a ser utilizada num contexto de censura. Quando se refere a uma obra que se aprova, tradição surge associada à ideia de uma reconstrução de cariz arqueológico. Perante a obra, a crítica é uma consequência inevitável, que corresponde ao articular das emoções. Neste processo crítico, o espectador tende a insistir nos aspectos da obra em que o artista menos se assemelha aos seus predecessores, pretendendo aí identificar o individual, a essência particular do artista: *We endeavor to find something that can be isolated to be enjoyed.* Eliot

¹⁶ Letters on Cézanne, Rainer Maria Rilke

¹⁷ Tradition and the Individual Talent, *The Sacred Wood*, 1920, T.S. Eliot

recomenda que se abandone este preconceito para que seja possível a descoberta de que *not only the best, but the most individual parts of his work may be those in which the dead poets, his ancestors, assert their immortality most vigorously.*

O conceito de tradição *cannot be inherited, and if you want it you must obtain it by great labour.* Envolve, em primeiro lugar, o sentido histórico, *a perception, not only of the pastness of the past, but of its presence.* O objecto de arte existe simultaneamente com todos os outros objectos de arte, na história da arte. Na expressão de Duchamp, *Paintings have the dust of the past.* Mesmo que o sujeito isole o objecto, para o compreender, terá de o devolver ao seu lugar histórico, à ordem simultânea das obras de arte. Ao artista é requerida a consciência do sentido histórico, do seu lugar no tempo, da herança que partilha num diálogo que mantém no panteão dos seus pares. *This historic sense, which is a sense of the timeless as well as of the temporal and of the timeless and of the temporal together, is what makes a writer traditional. And it is at the same time what makes a writer most acutely conscious of his place in time, of his contemporaneity.*

Eliot considera, como princípio da estética, que *no artist of any art, has his complete meaning alone. His significance, his appreciation is the appreciation of his relation to the dead artists. You cannot value him alone; you must set him, for contrast and comparison, among the dead.* Através da sua obra, cada artista procura a sua árvore genealógica, a família de diálogo e a sua descendência. A esta mesa de jantar o artista aspira acrescentar um lugar para si, o que carece da validação do espectador póstumo, quem atribui valor às obras de arte. *What happens when a new work of art is created is something that happens simultaneously to all the works of art which preceded it. A introdução do (realmente) novo altera a ordem existente, which is complete before the new work arrives. For order to persist after the supervention of novelty, the whole existing order, must be, if ever so slightly, altered; and so the relations, proportions, values of each work of art toward the whole are readjusted; and this is conformity between the old and the new.*

O consumidor deriva utilidade da variedade, pelo que prefere novidade a repetição. Esta relação do espectador com as obras de arte gera um equilíbrio de curto prazo, que satisfaz e alimenta o mercado. O espectador póstumo, enquanto posteridade, consagra um equilíbrio de longo prazo, ao julgar a obra do artista *by the standards of the past.* Esta avaliação não define quem é melhor ou pior, apenas identifica a pertença e desenha relações de influência, fornecendo nomes para um arquivo colectivo. *It is a judgement, a comparison, in which two things are measured by each other. To conform would be for the new work not really to conform at all; it would not be new, and would therefore not be a work of art. And*

we do not quite say that the new is more valuable because it fits in; but its fitting in is a test of its value - a test, it is true, which can only be slowly and cautiously applied, for we are none of us infallible judges of conformity.

Na sua *research for something that had not been previously attempted*, Duchamp desenvolve a consciência do passado, tendo percebido *the obvious fact that art never improves, but that the material of art is never quite the same*. Numa entrevista a Richard Hamilton, Duchamp explica o *Grand Verre* como uma reacção contra a concepção retinal da pintura, cuja origem atribui a Courbet: *The revolution of Courbet was mainly a visual revolution, what you call a retinal revolution. He insisted that the painting has to be looked at and only looked at and the reaction should be visual or retinal. Plain physical reaction in front of the painting. And this has been going on, since Courbet's invoked today. The glass was a reaction against retinal conception of painting.*

Em *The Creative Act*¹⁸ Duchamp afirma *To all appearances, the artist acts like a mediumistic being who, from the labyrinth beyond time and space, seeks his way out to a clearing*. Duchamp recorre ao conceito de *clareira* de Heidegger para se referir ao campo que as obras abrem, onde uma ideia ou uma coisa pode revelar-se ou ocultar-se. *A obra pertence, enquanto obra ao campo que é aberto por ela própria*. A relação do espectador com a obra parte do que é imediato no primeiro contacto com a obra, a coisalidade, que fornece um apoio no nosso comportamento habitual em relação à obra. *A obra enquanto obra instala um mundo, e nessa medida produz a terra. A terra é isso onde o erguer alberga tudo o que se ergue e, claro está, enquanto tal. A obra move a terra para o aberto de um mundo e nele a mantém. A obra deixa que a terra seja terra. Perguntamos: que relação há entre o instalar de um mundo e o produzir da terra na própria obra? Mundo e terra são essencialmente diferentes um do outro e, todavia, inseparáveis. O mundo funda-se na terra e a terra irrompe através do mundo. O confronto de mundo e terra é um combate. Ao instituir um mundo e ao produzir a terra, a obra é o travar desse combate no qual se disputa a desocultação do ente na sua totalidade, a verdade.*

Não só o conceito de *clareira*, mas também o conceito de *combate* é igualmente definidor para Duchamp: *In the creative act, the artist goes from intention to realization through a chain of totally subjective reactions. His struggle toward the realization is a series of efforts, pains, satisfaction, refusals, decisions, which also cannot and must not be fully self-conscious, at least on the aesthetic plane. The result of this struggle is a difference between the intention and its realization, a difference which the artist is not aware of.* Esta não

¹⁸ Paper apresentado por Marcel Duchamp na convenção da American Federation of Arts em Houston, Texas, Abril 1957

consciência *significa um instalar na desocultação*, pelo que regressamos a Heidegger, à criação como o deixar emergir num produto, em que a verdade é o combate original. Porque a verdade é a reciprocidade adversa entre clareira e ocultação, faz por isso mesmo parte dela o que aqui se chama instituição. Clareira da abertura e instituição no aberto co-pertencem-se. São uma e outra e a mesma essência do acontecimento da verdade. Este é, de diversas maneiras, histórico.

Para Duchamp o processo criativo corresponde a um combate, e a obra torna-se obra no acontecimento da verdade, ao conquistar o aberto, a clareira. Na formulação de Heidegger, onde a produção traz expressamente a abertura do ente, a verdade, aí o produzido é uma obra. Uma tal produção é o criar. A verdade quer inserir-se na obra, como combate entre mundo e terra. O combate não deve suprimir-se num ente produzido expressamente para esse efeito (...) deve sim ser aberto justamente a partir dele. Este ente deve, por isso, ter em si os traços essenciais do combate. No combate, conquista-se a unidade entre mundo e terra. Na medida em que se abre um mundo, põe-se em decisão para uma humanidade histórica a vitória e a derrota, a bênção e a maldição, a dominação e a servidão. O mundo emergente traz a lume precisamente o ainda não decidido e imenso e abre, assim, a necessidade oculta da medida e decisão. A humanidade histórica, que vai decidir sobre o acontecimento da verdade na obra, corresponde ao espectador póstumo, o povo dos mortos que fica maravilhado com a solidão dos objectos e aí conhece a beleza. A obra não pode ser obra sem ser criada, mas da mesma forma que precisa de criadores, não pode tornar-se obra sem os que salvaguardam. A salvaguarda da obra é (...) a própria persistência (...) da verdade que acontece na obra. Duchamp atribui ao espectador este papel, *All in all, the creative act is not performed by the artist alone; the spectator brings the work in contact with the external world by deciphering and interpreting its inner qualification and thus adds his contribution to the creative act. This becomes even more obvious when posterity gives a final verdict and sometimes rehabilitates forgotten artists.* A noção de que a obra de arte necessita do espectador para ser-obra não é exclusiva de Duchamp. No ensaio *What Is Art? (1896)*, Tolstoy formula a mesma ideia, *Every work of art causes the receiver to enter into a certain kind of relationship both with him who produced, or is producing, the art, and with all those who, simultaneously, previously, or subsequently, receive the same artistic impression. (...) Art is a human activity consisting in this, that one man consciously, by means of certain external signs, hands on to others feelings he has lived through, and that other people are infected by these feelings and also experience them.*

Duchamp cita o ensaio de Eliot, para fundamentar o papel do artista enquanto pólo da criação de arte, *The more perfect the artist, the more completely separate in him will be the man who suffers and the mind which creates; the more perfectly will the mind digest and transmute the passions which are its material.* Eliot refere-se ao processo de despersonalização que ocorre durante o processo criativo e a sua relação com o sentido da tradição. O artista aceita *a continual surrender of himself as he is*, para criar algo de mais valioso, *the progress of an artist is a continual self-sacrifice, a continual extinction of personality.* Ao afirmar *the artist acts like a mediumistic being*, a quem foram entregues os atributos de um *medium*, Duchamp concorda com Eliot, que define a mente do artista como *a receptacle for seizing and storing up numberless feelings, phrases, images, which remain there until all the particles which can unite to form a new compound are present together.*

Eliot esclarece *for my meaning is, that the poet has, not a "personality" to express, but a particular medium, which is only a medium and not a personality, in which impressions and experiences combine in peculiar and unexpected ways.* O valor do objecto criado decorre da intensidade do processo artístico, *the pressure, so to speak, under which the fusion takes place.* Duchamp afirma que o artista *plays no role at all in the judgement of his own work*, papel que pertence ao espectador, que reage de forma crítica à obra de arte. Uma apreciação crítica da obra requer o entendimento da importância da relação do objecto com todas as outras obras de arte de outros artistas, numa concepção da arte *as a living whole* de toda a arte produzida. Na formulação de Tolstoy, *thanks to man's capacity to be infected with the feelings of others by means of art, all that is being lived through by his contemporaries is accessible to him, as well as the feelings experienced by men thousands of years ago, and he has also the possibility of transmitting his own feelings to others.* Tal ocorre, na expressão de Eliot, através de um *process of transmutation of emotion.* Na terminologia de Duchamp, *this phenomenon is comparable to a transference from the artist to the spectator in the form of an aesthetic osmosis taking place through the inert matter, such as pigment, piano or marble.*

O processo criativo resolve a angústia da influência através da categoria do novo, que aspira a tornar-se influência ao inscrever-se na tradição. Neste contexto, Duchamp afirma *In every case, without being a scientist myself, one can hope to arrive at obtaining some results parallel to the influence, if you will, in art. And what gives satisfying results in every case... satisfying in the sense of the new of the thing, what appears like a thing which was never seen before. Of the not already seen*¹⁹. Quando Cabanne questiona Duchamp sobre o novo,

¹⁹ Entrevista de Marcel Duchamp na Canadian Radio Television, 17 de Julho, 1960.

este responde *I haven't seen much of it. If someone brings me something extremely new, I'd be the first to want to understand it. But my past makes it hard for me to look at something, or to be tempted to look at something; one stores up in oneself such a language of tastes, good or bad, that when one looks at something, if that something isn't an echo of yourself, then you do not even look at it. But I try anyway. I've always tried to leave my old baggage behind, at least when I look at a so-called new thing.* A propósito da obra *The Bride*, Duchamp afirma *I tried constantly to find something which would not recall what has happened before. I have had an obsession about not using the same things. One has to be on guard because, despite oneself, one can become invaded by things of the pastness.*

No processo criativo ocorre um combate entre a referência obrigatória que decorre da rede de influências, e a libertação fundadora do original, o novo, que assume o formato de catarse. Este confronto não tem um vencedor anunciado, e Duchamp indicia a importância da maturidade da experiência estética do sujeito, *Yes, absolutely, like all youth. A young man can't be an old man, it's impossible. One must pass through the network of influence. One is obligated to be influenced and one accepts this influence very naturally. From the start one doesn't realize this. The first thing to know: one doesn't realize one is influenced. One thinks he is already liberated and one is far from it! Therefore one must accept it and wait for the liberation to come itself, if it must ever come, because certain people never obtain it, never see it come*²⁰.

Receber o novo requer uma ignorância que evoca uma inocência, na expressão de Philip Larkin, *For this ignorance of me, Seems a kind of innocence*²¹. Uma vez liberto da influência, o artista produz o objecto *singular*, que corresponde à *manifestação única de uma lonjura*, no conceito de Benjamin. O artista liberto funda o seu habitat, mas não um hábito. Hábito corresponde, em Duchamp, ao conceito de gosto, a repetição do já aceite, *(Taste is) A habit. The repetition of something already accepted. If you start something over several times, it becomes taste. Good or bad, it's the same thing. It's still taste.* O processo criativo condiciona o artista a um desconforto sem direito a recolher obrigatório, oferecendo-lhe *A style of dying only*, nas palavras de Larkin. O artista *sincero*, na terminologia de Tolstoy, instala-se na tradição ao declarar *I land to stay here*²², através da obra de arte, que abre o espaço para a *amplidão e mantém aberto o aberto do mundo*, na expressão de Heidegger. Neste espaço aberto, a *clareira*, o passado (tradição) seca ao vento, na descrição de Larkin,

²⁰ Entrevista de Marcel Duchamp na Canadian Radio Television, 17 de Julho, 1960.

²¹ Arrival, Philip Larkin

²² Arrival, Philip Larkin

(And) a past dries in a wind. O objecto que procura afirmar o seu sentido histórico pela introdução do novo tem de esperar pelo veredicto da posteridade, por isso Genet conclui Nunca, nunca a obra de arte se destina às novas gerações. Ela é oferenda ao inúmero povo dos mortos. Que a acolhem ou rejeitam.

G. *Marcel Duchamp, what is a ready-made?*

M. *A ready-made [laughs], was from the beginning an invented word that I took to designate a work of art which isn't one. In other words, which isn't a work made by hand. Made by the hand of the artist. It's a work of art which becomes a work of art by the fact that I declare it or that the artist declares it a work of art, without there being any participation from the hand of the artist in question to make it so. In other words, it's an object already made, that one finds, and generally an object of metal...more than a painting in general.*

G. *And now what is a "reverse ready-made"?*

M. *A "reverse ready-made"...that was the case of...that wasn't made, but it would have been able to have been made. That would be to take a Rembrandt and to use it like an ironing board, you see, that would be the reverse by the fact that the tableau [or painting] became the ready-made of a true tableau [or table] made by Rembrandt, which becomes a ready-made for ironing shirts, you understand?²³*

²³ Entrevista de Marcel Duchamp na Canadian Radio Television, 17 de Julho, 1960.

CAPÍTULO 3 - ARTE E MERCADO

CHE DUCHAMP

It's what I already told you. There are people who are born unlucky, and who simply never "make it". They're not talked about. This was a little the case with me. And then there are the dealers. They stand up for their stuff. But I had nothing to sell. They weren't going to get much of a kick out of beating my drum - I never helped those poor dealers make any money! I generally sold directly to Arensberg, when I sold.

When poor Arensberg wanted to donate his collection somewhere, to avoid it being auctioned off, the Chicago Art Institute offered, I think, to display it on its walls for ten years; after this period, no guarantee; the attic or the basement. Oh, yes! Museums are like that. The Metropolitan Museum in New York offered five years. Arensberg refused again. He also refused ten years. Finally, the Philadelphia Museum offered him twenty-five years. He accepted.

Sobre Duchamp, Claes Oldenburg afirma, *Yes, he was a historical figure*²⁴. Donald Judd separa a obra de Duchamp da sua influência histórica, *Duchamp invented several fires but unfortunately didn't bother with them.... The work Duchamp does have is of course highly interesting, but it's a mistake not to have developed it. His work and his historical importance are different things. It's to other people's credit to have developed his or related ideas... The roto-reliefs and the ready-mades and assisted ready-mades are fine*²⁵. A leitura de Rauschenberg, *(Duchamp's) recognition of the lack of art in art and the artfulness of everything, I think, is probably his most important contribution*²⁶ resume um distanciamento mais isento, que a tese que se avança nesta investigação partilha.

Duchamp desenvolveu as suas ideias sobre a condição de artista e a natureza da arte também através de objectos que a posteridade confirmou como obras de arte, mas o seu legado demonstrou que Duchamp não precisava de ter produzido objectos, pois tal não é

²⁴ Interview with Benjamin Buchloh (1985), quoted in: Martha Buskirk and Mignon Nixon (eds.), *The Duchamp Effect. Essays, Interviews, Round Table*. Cambridge, MA: MIT/October, 1996, p.33

²⁵ Marcel Duchamp and/or Rose Sélavy, *Arts Magazine*, vol. XXXIX, nr.6 (March 1965), pp.53-54, in: *Marcel Duchamp in Perspective*, p.121

²⁶ Robert Rauschenberg, transcribed from the film *Rebel Ready-Made: Marcel Duchamp* (BBC, June 23, 1966), quoted in: Francis M. Naumann, *Marcel Duchamp, The Art of Making Art in the Age of Mechanical Reproduction*, New York: Abrams, 1999, p.294.

condição necessária de ser artista. Nesse sentido podemos ler a afirmação de Duchamp, *but fundamentally, I don't believe in the creative function of the artist. He is a man like any other... On the other hand, the word "art" interests me very much. It comes from Sanskrit, as I've heard, it signifies "making". Now everyone makes something, and those who make things on a canvas, with a frame, they're called artists.* Enquanto homem qualquer, bastava-lhe patentear o seu processo criativo como tal, para que todas as obras dessa linhagem lhe pertencessem, independentemente de serem produzidas por si enquanto experiência formal de aprofundamento do medium, ou por outro qualquer indivíduo.

O artista inventa ou descobre, define e difunde uma metodologia ou técnica para criar objectos, que a posteridade, enquanto forma do espectador, poderá admirar. Não patenteia este processo, porque tal não faz sentido. O artista aspira a instalar-se entre os seus pares, na tradição, e o seu público é a posteridade, como define Duchamp. O glamour da aura, a exactidão forense da ciência da autoria, a presença mediática do preço na indústria da cultura, a apropriação da gratificação do desejo são artifícios que não devem distrair o sujeito artístico que aspira a ser artista. Se Signac tivesse patenteado o *pointilism*, ou Pollock o *drip painting*, conheceríamos as obras de arte que possuem essa força motriz, sem que seja condição necessária ser o artista que primeiro desenvolve a técnica a fazer o objecto. Neste sentido, à la Kosuth, toda a arte é conceptual e não precisa de ser feita pelo próprio, como na obra de Sol LeWitt. Heidegger esclarece que *a criação da obra requer, por si mesma, o agir de manufactura. Contudo, a designação de arte (...) não quer de modo algum dizer que a actividade do artista seja experimentada a partir da manufactura. Pelo contrário, o que na criação da obra de arte tem um aspecto semelhante ao de fabricação de manufactura é de outro género. Este fazer é determinado e afinado pela essência da criação, e permanece retido nesta essência. Embora a obra só se torne real na realização da sua criação e, assim, dependa desta na sua realidade, a essência da criação depende da essência da obra.* Ao definir o processo pelo qual se criam as obras de arte, abre-se o mundo das obras. No limite, o artista pode não fabricar nenhum objecto, tal não é necessário. Outro artista pode perseguir a *coisalidade* do objecto, segundo o método criado pelo artista patriarca, para que o espectador tome contacto com a obra. Todos os *ismos* e as vanguardas definiram tecnologias de produção, pelo que a arte é um processo que o artista aprofunda com a produção de objectos, que aspiram a ser consagrados arte.

O não patentear tecnologias ou obras em nada reduz a inovação, a criatividade na arte ou nos artistas. Antes parece ocorrer o contrário, numa *wacky race* desenfreada de referências, apropriação, desconstrução, refazer. Que resulta no perfumado novo ou falha

redondamente no mais do mesmo, *same old, same old*. No mundo artístico não há patentes, o segredo interior está no ser-obra da obra, e os objectos são transaccionados sob a forma de trocas simbólicas. No mundo económico a velocidade do dinheiro procura elementos de transacção, sejam objectos ou ideias. A criação de direitos de propriedade estabelece uma forma de apropriação por um agente económico do que, por natureza, pertence ao colectivo: as ideias. Como nota Thierry de Duve (1996), *Appropriation is theft, and tradition is nobody's private property*. Ao defender que sem patentes haveria uma menor inovação ou geração de conhecimento, o umbiguismo económico contraria o que o mundo da arte nos diz, de forma inequívoca, diariamente. Que as patentes são inúteis, agem pela distracção, confusão, o brincar ao Monopólio com um património comum: o imaginário, que é o espaço do artístico. Tal como antes nenhum artista precisou de patentear a sua forma de produzir objectos de arte, Duchamp não precisar de patentear o ready-made, cuja tecnologia de produção define com humor, *The ready made is a kind of rendez-vous, like a speech delivered on no matter what occasion but at such and such an hour*. É a história enquanto espectador que lhe confere um lugar no mundo dos homens, que existe muito antes, e para além, do dia-a-dia do monetário. Daqui decorre, para quem quiser ler, que as patentes, *royalties*, direitos de autor, *droit de suite*, em nada servem nem a arte, nem os homens do *sensus communis*. Na expressão de Adorno, *Foi através da imitação, não fugindo dela, que a arte conseguiu a sua autonomia; nela adquiriu os meios da sua liberdade*.

No mercado, a obra de arte vive em simbiose com o parasita que a asfixia. O mercado vive da ideia fundadora que a variável preço é uma proxy para qualidade. Tal não podia ser mais errado, o que congrega na mesma fogueira quase toda a literatura que a ciência económica soube produzir sobre o tema da arte.

CHEZ DUCHAMP

Duchamp, artista *bricoleur*, questiona as condições de produção da arte e a autonomia das obras de arte enquanto objectos individuais. A *boîte-en-valise* desenvolve a ideia da obra de um artista enquanto *corpo orgânico*, a obra como *produção*, na terminologia de Roland Barthes²⁷. Ao encenar a experiência da sua obra como um colectivo de múltiplos, que encerra numa mala, Duchamp explicita de que forma o valor de um objecto depende das relações que se estabelecem entre as obras, revelando o fio condutor do processo criativo, o sistema de produção artística. Dalia Judovitz (1998) escreve *The*

²⁷ Roland Barthes (2009) *O óbvio e o obtuso*, Edições 70, Lisboa

*autonomy of these works as individual objects is undermined, since their meaning and value is determined not by some inherent quality but instead through their position in relation to each other.... The meaning of individual works is not guaranteed either by the artist's intention or by history; it is there to be created anew each time, by the spectator, as a context generated through the interplay of specific sorts*²⁸.

Ao reconhecer que o valor depende de uma linguagem que decorre de relações entre os objectos, Duchamp partilha o mesmo sonho de Turner, o de ver a sua obra reunida: *I wanted the whole body of work to stay together*. Em uma entrevista televisiva, Duchamp exprime a mesma ideia: *Yes, I made a big box, la Boîte en valise, which is to say a box which was a carton more or less where all the reproductions of the things I've made, almost all, everything I have been able to find in any case, and besides this only represented 90 or 95... articles and I had reproductions of them made and I had...in color, in black and there are even three small ready-mades which are reduced in dimension from the originals, which are the typewriter, the ampoule of Paris air that I brought to my friend Arensberg as a souvenir*.²⁹

Apenas no conjunto é que se entende que a obra de um artista é *produção*, fazer e refazer, que os ready-mades de Duchamp partilham o mesmo mundo, *clareiras* de uma mesma floresta, como as séries de Monet, a Montanha Santa Vitória de Cézanne³⁰, os papas de Bacon. Enquanto experiências formais, respondem ao *equivalente interno* de Merleau-Ponty, um *visível de segundo grau*, o *olhar do interior*, *dom do visível merecido pelo exercício*, a *visão que não aprende senão consigo mesma*, que justifica que a *linguagem da pintura tenha de ser feita e refeita*³¹. Ao longo de um percurso, um trabalho de linguagem, os artistas produzem acidentes, as obras, que representam o estado da investigação. Porque ilustram o mesmo enigma da arte, decorre que o *Nu descendant un escalier No.2*, o *Grand Verre*, e o *Étant donnés* sejam tão familiarmente distintos, ao infectarem o mesmo subterrâneo. De igual forma os *Moulins* de Monet são fundamentalmente diferentes dos *Water Lilies*, e as *Mountain Landscapes* e o *The Slave Ship* parecem não sair de um mesmo Turner. Em qualquer museu, numa sala de pintura Inglesa do século XIX, o *The Burning of the House of Lords* anula todos os outros quadros, puras repetições. De igual modo, a *Bicycle Wheel* (1913), primeiro ready-made de Duchamp, percorre a sala sozinha, tal espécie extinta, elemento único da sua genealogia. Na expressão de Ortega Y Gasset, *a arte não tolera minimamente o supérfluo*. *Vélazquez, ao existir, aboliu o direito à existência de*

²⁸ Judovitz, Dalia (1998), *Unpacking Duchamp: art in transit*, University of California Press, Berkeley

²⁹ Entrevista de Marcel Duchamp na Canadian Radio Television, 17 de Julho, 1960.

³⁰ 45 aguarelas e 36 quadros.

³¹ Merleau-Ponty (2006) *O olho e o espírito*, Vega, Lisboa.

outro Vélazquez. *Todo o artista ao nascer assassina os seus possíveis iguais. A repetição do outro não é lícita. A arte é produção: diferencia-se da cria cavalariça pelo facto de não ser reprodução*³².

LA RENCONTRE, OU “BONJOUR MONSIEUR DUCHAMP”

Duchamp dissocia o sucesso temporal e a consagração específica, e manifesta um interesse no desinteresse para com o mercado, declarando a Cabanne *I found that my works weren't numerous enough to make a profit painting after painting. And, above all, I wanted as much as possible not to make money. Generally, the paintings I sold were my old ones. For instance, when I left for America there were a lot of paintings that stayed in France; I had them sent over and Arensberg bought them.*

Para Duchamp o artista não tem a consciência da importância da sua obra, e existe apenas se for conhecido, *To put it another way, the artist exists only if he is known.* Para tal necessita da intervenção do público, do espectador, que reconhece o artista ao interpretar a obra, e lhe atribui valor, o que pode ser reconhecido ou não pelo mercado. Duchamp fala dos artistas que nasceram sem sorte, que nunca se conseguem afirmar, e do papel dos intermediários (agentes) e dos museus, para *denegar o económico.* Bourdieu, em *A economia dos bens culturais*, refere como *gênese de um campo artístico a emergência progressiva de um mundo económico invertido, no qual as sanções positivas do mercado são indiferentes ou mesmo negativas. O best seller não é automaticamente reconhecido como obra legítima e o sucesso comercial pode até ter o valor de uma condenação*³³. Duchamp parece partilhar esta visão ao afirmar *Oh no! (on being shocked by young artists amassing fortunes) For them, I'm a little shocked, but not for myself. Only, if they continue to amass the same things, it will become impossible to look at them in twenty years.*

Duchamp valoriza a raridade, *what otherwise could be known as superior aesthetics*, o que corresponde, no pensamento de Adorno, a uma exigência intransigente de radicalidade ao nível da investigação artística. Duchamp considera que um pintor é sempre uma espécie de artesão, e para escapar ao que identifica como uma *mania for change*, experimenta e introduz *slightly new methods into painting*, como uma espécie de *loophole* que lhe permite responder à sua necessidade de escapar de si próprio, do gosto. É desta forma que explica os desenhos mecânicos: *It upholds no taste, since it is outside all pictorial*

³² Ortega Y Gasset (2003) *A Desumanização da Arte e outros Ensaios de Estética*, Almedina, Coimbra.

³³ Bourdieu, Pierre (2001), *Razões Práticas: Sobre a Teoria da Acção*, Celta Editora, Oeiras

convention. Duchamp critica a arte dirigida para o gosto, que conduz à repetição, *I've noticed that most artists only repeat themselves. This is necessary, however, you can't always be inventive. Only, they have that old habit which inclines them to do one painting a month, for example. Everything depends on their working speed. They believe they owe the monthly of yearly painting.* Por outro lado afirma que a arte do seu tempo não consegue afastar-se da tradição, faltando-lhe originalidade: *That's what's irritating; they can't get away from it. I'm sure that when Seurat started to do something, they really just wiped the past right out. Even the Fauves, even the Cubists did it. It seems that today, more than any other time in this century, there are strong ties with the past. It lacks audacity, originality.*

A arte moderna reclama de Cézanne uma paternidade que a arte contemporânea procura em Duchamp. Duchamp acusa o elogio, aceitando ser o protótipo de uma geração nova, mas esclarece que o seu papel termina aí, *But it doesn't mean any more than that. There's no glaring resemblance between what I've done and what they are doing now. Furthermore, I did as few things as possible, which isn't like the current attitude of making as many as you can, in order to make as much money as possible.* Outros artistas repudiam o alegado parentesco com Duchamp, como Barnett Newman, *I want particularly to make clear that if Motherwell wishes to make Marcel Duchamp a father, Duchamp is his father and not mine nor that of any American painter that I respect*³⁴.

A relação de autonomia da obra de arte com a realidade empírica potencia a sua força crítica específica, e Adorno defende que a arte responde pela arte, critério pelo qual ela deve ser julgada. Ao ser inovador, o objecto de arte possui a característica da raridade e corre o risco de falhar, de não haver uma audiência para ela. No ensaio *A verdade não é simples* (1926), Ortega Y Gasset resume *Existe um mais e um menos de facilidade na compreensão de uma obra de arte que em nada afecta o seu valor, e esta facilidade depende algumas vezes do quadro e algumas vezes de nós próprios*³⁵. Neste contexto de perigo de fiasco total que as obras inovadora comportam, podemos ler a afirmação de Richard Serra, *But I never thought at the end of the last century that there would be an audience for my work*³⁶, e a resposta de Francis Bacon a Melvyn Bragg quando este lhe pergunta *Are you surprised that have become so successful? Very. Yes. I was surprised. I never thought that they would sell at all, I always thought I would have to take some other kind of job. That's luck.*³⁷

³⁴ Carta a John Baur, Outubro 20, 1957, citado em John O'Neill (ed.), *Barnett Newman: Selected Writings and Interviews*, New York: Alfred A. Knopf, 1990 p.208

³⁵ Ortega Y Gasset (2003) *A Desumanização da Arte e outros Ensaios de Estética*, Almedina, Coimbra

³⁶ <http://www.theartnewspaper.com/article.asp?id=16499>

³⁷ The South Bank Show, BBC, 1985

Bourdieu nota que o capital do artista é um capital simbólico, e Judovitz afirma que, para Duchamp, *value is embedded in a circuit of symbolic exchange*. Ao afirmar que são os espectadores quem fazem as obras, juntamente com os artistas, Duchamp estabelece a troca simbólica como o que redefine o objecto enquanto elemento constituinte de um contexto social, no qual o objecto pertence tanto ao artista como ao espectador. Na obra de Duchamp os múltiplos questionam a ideia de produção artística, e os ready made exemplificam como o estatuto de objecto de arte é transitório. Bourdieu observa que com o urinol Duchamp *pôs em evidência o efeito de constituição operado pela consagração através de um lugar consagrado, e as condições sociais do aparecimento de tal efeito. Era preciso que o acto fosse realizado por um pintor reconhecido como pintor por outros pintores, ou outros agentes do mundo da arte tendo o poder de dizer quem é pintor, era preciso que o fosse num museu que o reconhecia como pintor e tinha o poder de reconhecer o seu acto como um acto artístico, era preciso que o meio artístico estivesse preparado para reconhecer esse tipo de pôr em questão do seu reconhecimento. Para que Duchamp possa fazer Duchamp, era preciso que o campo estivesse constituído de maneira a que fazer Duchamp fosse possível.*

OS MERCADOS DA ARTE

*Eterno è solo Dio, i quadri non lo sono. La pittura si consuma, e anche la tela che la sopporta. I colori sbiadiscono, si screpolano, si offuscano e alla fine spariscono. E comunque c'è sempre il fuoco, o il terremoto, o un'alluvione, o l'incuria degli uomini, o semplicemente il tempo. I quadri sono vivi, e tutto ciò che è vivo è destinato a morire*³⁸.

Em *The Cultural Industry*, Adorno questiona a indústria da cultura a partir da perspectiva da sua relação com as possibilidades de transformação social, defendendo que a mesma racionalidade que emancipou o homem dos poderes míticos engendra o retorno ao mito e a formas mais absolutas de domínio, que ocorrem na organização económica da sociedade capitalista moderna. *The culture industry, which involves production of works for reproduction and mass consumption, thereby organizing 'free' time, the remnant of freedom under capital in accordance with the same principles of exchange and equivalence that reign in the sphere of production outside leisure.* Adorno nota que no capitalismo toda a produção se destina ao mercado, os bens são produzidos não como resposta a necessidades e desejos

³⁸ Melania Mazzucco (2008) *La lunga attesa dell'angelo*, Rizzoli

humanos, mas com vista ao lucro, cumprindo o objectivo de acumulação de capital. A característica principal das economias capitalistas reside na tendência da produção para troca, em vez da produção para uso. A sociedade capitalista tem a sua ágora no Mercado. Ao invés da polis grega, onde correspondia a um espaço livre de edificações, a ágora capitalista encontra-se povoada por museus, galerias, bibliotecas, livrarias, onde se transaccionam objectos destinados a morrer, na expressão de Mazzucco, ou obras já mortas, na interpretação de Duchamp, para quem nem o Deus é eterno, *God is a human invention*.

I think painting dies, you understand. After forty or fifty years a picture dies, because its freshness disappears. Sculpture also dies. This is my own little hobbyhorse, which no one accepts, but I don't mind. I think a picture dies after a few years like the man who painted it. Afterward it's called the history of art.... Men are mortal, pictures too. The history of art is something very different from aesthetics. For me, the history of art is what remains of an epoch in a museum, but it's not necessarily the best of that epoch, and fundamentally it's probably even the expression of the mediocrity of the epoch, because the beautiful things have disappeared - the public didn't want to keep them. But this is philosophy...

A DEFINIÇÃO DA SALAMANDRA: TAUTOLOGIA E PARALELISMO

O mercado capitalista é um mercado regulamentado, ocupado por normas e definições, que reduzem assimetrias de informação e mitigam perdas puras de eficiência. Porque o conceito de arte converge com o de indústria cultural, como nota Adorno, a regulamentação do mercado obriga a que o bem transaccionado esteja correctamente identificado, o que motiva a permanente cruzada pela definição de arte.

Para Heidegger, *a origem da obra de arte e do artista é a arte. A origem é a proveniência da essência, onde advém o ser de um ente. O que é a arte? Procuramos a sua essência na obra real. A realidade da obra determina-se a partir do que na obra está em obra, a partir do acontecer da verdade*. Mas o autor clarifica, *A resposta à pergunta é, como toda a autêntica resposta, apenas a saída extrema do último passo de uma longa série de perguntas. Toda a resposta só mantém a sua força de resposta enquanto permanecer enraizada na pergunta*. O mercado pretende poder separar a arte da não arte, para lhes aplicar mecanismos de determinação de preço diferentes. Ao deslocar para o espectador, sob a forma de uma troca simbólica, a determinação do valor das obras de arte, Duchamp recupera a ideia de Heidegger, *o enigma da arte, o enigma que a arte em si mesma é. Longe de nós a pretensão de resolver tal enigma. A tarefa consiste em ver o enigma*. Adorno resume

esta questão *Assim como não se deve definir o que é um obra de arte, assim também a estética não pode negar a necessidade de tal definição, se é que não quer faltar à sua promessa. As obras de arte são imagens que nada copiam e, por isso, são também sem imagem; essência como aparição.* Para Adorno, o valor das obras e da arte em geral, que é o seu fim, não está ligado à forma, mas ao conteúdo, que só existe devido à forma estética.

IT STILL A MASTERPIECE IF NO ONE CAN FIND IT?³⁹

Os objectos de arte depositados pelos nazis na Friedrichshain *flakturm*⁴⁰ e perdidos na guerra, têm valor? A *Batalha de Anghiari*, de Leonardo, tem valor? Uma obra de arte destruída pode ter valor? O que acontece ao valor de uma obra quando é roubada, e desaparece?⁴¹ A obra de arte tem mais valor quando se encontra exposta num museu do que quando se encontra reclusa na morada do coleccionador? A *coisalidade* da obra de arte é condição necessária para que o objecto de arte tenha valor? O mercado da arte transacciona objectos num valor anual estimado de 65 biliões de dólares norte americanos, e o Federal Bureau of Investigation estima que o valor das obras de arte roubadas anualmente possa ascender a seis biliões de dólares⁴², cerca de 10 por cento. Para além dos bens materiais (coisas) o mercado transacciona também bens imateriais, sob a forma de direitos de autor, royalties, droit de suite, e impostos. Porque não transacciona então patentes?

O mercado não nos fornece a ideia do valor da arte, e o preço de um objecto de arte em determinado instante pode não possuir qualquer informação relevante sobre o seu valor. O conceito de mercado da arte enquanto entidade homogénea não existe. Existem mais de 300 mercados separados que agregamos quando falamos do mercado da arte. A Mona Lisa aprecia ou deprecia? A *Cappella degli Scrovegni* vale mais do que a *Cappella Sistina*?

Enquanto espaço onde se transaccionam obras de arte, o mercado vai atribuindo preços a objectos. O mercado ocupa-se de regularidades empíricas, observando que os preços das obras de arte tende a aumentar com o tempo. Ora o preço do pão, bem de primeira necessidade, também tende a subir com o tempo. A regularidade empírica da subida generalizada dos preços é designada, pela ciência económica, de inflação. A variação dos preços depende do período em estudo, sendo a análise tanto mais completa

³⁹ <http://www.stolenthefilm.com/index.html>

⁴⁰ Cerca de 417 obras de arte proveniente do Kaiser Friedrich Museum foram depositadas na Friedrichshain Flakturm, para salvaguarda. Presume-se que estas obras tenham sido destruídas quando a torre foi queimada em Maio de 1945.

⁴¹ <http://www.fbi.gov/hq/cid/arttheft/northamerica/us/isabella/isabella.htm>

⁴² <http://lapd.com/news/headlines/200000/>

quando maior for o intervalo de tempo. Contudo, ao alargar o espectro temporal podem obter-se resultados que contrariam o estado da arte. Desta forma, as conclusões de estudos baseados em informação sobre preços são subjectivas e não necessariamente verdadeiras.

Os preços dos quadros tendem a aumentar com o tamanho das obras. Esta regularidade empírica diz que as obras que ocupam mais espaço utilizam mais recursos e têm por isso um custo de produção superior. Retiramos daqui qualquer tipo de informação sobre o valor da obra de arte? Não. Certamente que se algum investigador estudar com detalhe a obra de um artista irá descobrir que, por exemplo, obras produzidas em dias de chuva obtêm um preço inferior a obras produzidas em dias solarengos. Desta informação não podemos inferir nada, pelo que as relações de causalidade que os estudos empíricos tendem a explorar devem ser desvalorizadas. Em estatística designam correlações espúrias.

As informações sobre preços não respondem à questão do valor, porque o preço sinaliza a disponibilidade para pagar, num momento e circunstâncias específicas. Identificar preço como valor equivale a afirmar que o valor de uma obra é indeterminado, porque o preço de uma obra é indeterminado, ao corresponder a um registo histórico de transacções passadas e um registo futuro de preços desconhecidos. O preço de uma obra varia, pode flutuar em torno de um valor sem que isso indique a presença de um equilíbrio. A variação do preço corresponde a condições de transacção distintas.

A (não) relação entre preço e valor agrava-se quando a exactidão empirista aceita preço como *proxy* de qualidade. Com base neste pressuposto simples, mas fundamentalmente errado, que obras pelas quais os agentes económicos estão dispostos a despende um maior volume de recursos monetários correspondem a obras com qualidade mais elevada, o mercado desenvolve modelos de previsão e estimativas de preços para transacções futuras para obras de arte. O preço corresponde a um valor monetário, mas não está relacionado com o valor da obra de arte. Uma obra que vendida por mil tem mais valor do que uma obra que se vendeu por dez? O valor é atribuído na posteridade, no muito longo prazo. Keynes escreveu *The long run is a misleading guide to current affairs. In the long run we are all dead*⁴³. Duchamp observa *Men are mortal, pictures too*. O espectador póstumo pode atribuir valor a obras que não sobreviveram, que não existem, não se podem transaccionar, e para as quais o conceito de preço não se aplica.

Os modelos de previsão, que estimam preços, tender a fornecer intervalos de variação que contêm os valores obtidos no mercado. Tal ocorre porque o preço de mercado corresponde ao preço que equilibra a oferta e a procura. Como a oferta é conhecida e a

⁴³ Keynes, John Maynard (1924). *The Theory of Money and the Foreign Exchanges. A Tract on Monetary Reform*.

procura está identificada, com as condições da venda definidas é possível prever o preço final estimado, ou errar por pouco. Tal não indica, de forma alguma, que o preço sinalize valor. O uso da palavra preço como valor é correcto como expressão de valores monetários, mas incorrecto enquanto correspondência ao valor da obra de arte. De igual modo, a expressão obra é empregue como sinónimo de objecto, enquanto designa igualmente o conjunto dos objectos produzidos por um artista.

ARTE E MERCADO FINANCEIRO

I understand it very well. If they wanted to see a show of my works here, it would be done. It's the picture dealers who are behind it. The dealers have nothing to gain from me.... The museums are run, more a less, by the dealers. In New York, the Museum of Modern Art is completely in the hands of dealers. Obviously this is a manner of speaking, but it's like that. The museum advisers are dealers. A project has to attain a certain monetary value for them to decide to do something.

A obra de arte tem um valor futuro incerto. Na qualidade de activo financeiro, a *coisa* objecto de arte é transaccionada com vista à obtenção de uma mais-valia. O risco financeiro de um objecto de arte é o risco de variação do preço do activo subjacente, pelo que o risco de uma obra de arte consiste no drama da incerteza face ao valor futuro da obra do presente. No contexto da teoria da carteira eficiente de Markowitz, a gestão de um portfolio requer uma estratégia de diversificação, segundo a qual o investidor deve optar por activos com baixa correlação. O investidor em arte, cujo comportamento siga a racionalidade económica neoclássica não irá aplicar os seus fundos em obras do mesmo artista, adquirindo obras de artistas diferentes. O coleccionador de arte tende a explicitar as suas preferências ao adquirir várias obras do mesmo artista, ou de artistas da mesma época.

As obras de arte são fundamentalmente diferentes dos activos financeiros, acções e títulos, por não produzirem retornos na forma de dividendos ou juros. Num mercado eficiente, o preço de um activo corresponde ao valor actualizado dos seus cash flows futuros. A obra de arte não gera forçosamente um fluxo financeiro positivo, não produz dividendos mas tem custos associados à posse do objecto, custos de manutenção, armazenagem, restauro, e seguro, que se estimam representar entre um a cinco por cento do valor líquido do activo. Enquanto bens de consumo, as obras de arte geram utilidade para quem as usufrui, conferindo igualmente estatuto social, pelo que os motivos dos

coleccionadores são múltiplos. Os objectos de arte não são transaccionados de forma contínua, o tempo que decorre entre a venda e a revenda pode ultrapassar um século (em média é superior a 30 anos), pelo que possuir arte sujeita o proprietário a roubo, falsificação, e a possibilidade de a obra de arte sofrer dano físico.

O mercado da arte é caracterizado por ciclos de mercado longos e mercados determinados pela oferta, o que decorre do facto da obra de arte corresponder a um produto único (ou não facilmente substituível) que se transacciona raramente. Para o mercado os principais problemas da arte são, portanto, a heterogeneidade e a raridade da transacção. O mercado é composto pela oferta e pela procura. Do lado da oferta, o stock de objectos de arte produzido por artistas vivos é essencialmente fixo no curto prazo, sendo fixo para os artistas mortos. Neste contexto, a oferta tende a determinar o equilíbrio, o ponto de encontro entre quem quer vender e quem quer comprar. Ao ser limitado o número de obras de um artista, a escassez é um determinante do preço, que reflecte a disponibilidade a pagar e, desta forma, a tradução em unidades monetárias da valorização do objecto pelo comprador. Esta noção de valor não corresponde ao valor de um objecto, nem o preço pelo qual o objecto é transaccionado estabelece ou redefine o valor do mesmo. O valor de uma obra de arte é determinado na posteridade, sendo irrelevante o preço actual, ou a série de preços históricos.

O conceito de escassez é particularmente relevante para obras de elevada qualidade, o que é definido pelas casas de leilões de acordo com quatro parâmetros: raridade, importância histórica, valor artístico, e notoriedade. O mercado assume que a arte possui um valor subjectivo e um valor financeiro e que ambos são mensuráveis através do preço. O valor subjectivo é importante para quem colecciona e para quem admira, capturando a disponibilidade a pagar para possuir ou para aceder à obra. O valor financeiro decorre de características objectivas e quantificáveis: medium, origem (proveniência), condição do objecto, assunto, fama e popularidade do artista. Com base nestas premissas, o valor de mercado (valor de venda) é estimado através da avaliação. Este valor de mercado não é imediatamente aparente, depende de factores externos como o *timing* da venda, o estado da economia, as tendências do gosto e dos géneros artísticos. No conceito de valor de mercado uma grande parte da avaliação depende de factores externos à obra e a medidas qualitativas, o que ajuda a explicar porque a mesma obra pode ser transaccionada por valores diferentes em diferentes momentos do tempo.

No processo de avaliação do valor de mercado empregam-se várias definições de valor, a saber: *Retail Replacement Value (RRV)*, *Fair Market Value (FMV)*, e *Marketable Cash*

Value (MCV). O valor de substituição de retalho (RRV) corresponde ao custo de adquirir um artigo numa galeria de nível mundial, e é empregue para efeitos de seguro de obras de arte. O valor justo de mercado (FMV) indica quanto poderia custar adquirir o objecto num cenário de leilão, sendo utilizado para efeitos de cálculo de impostos (rendimento e sucessórios). O valor monetário de mercado (MCV) é análogo ao valor de liquidação, sendo calculado como a diferença entre o preço de venda e os custos com a venda, utilizando-se quando os activos são divididos (por exemplo, em situações de partilhas).

No mercado, o valor é atribuído através do mecanismo da avaliação, que determina os valores em função de uma análise comparativa de dados de mercado. Tal recorre a vendas comparáveis de objectos do mesmo artista, ou de artistas da mesma época, estilo, ou valor de mercado. Esta avaliação reflecte tendências de mercado e incorpora a informação sobre o local da venda. O preço é determinado em função de objectos comparáveis, localização da venda, tipo de venda, conteúdo da venda, estimativas de catálogo, condição do objecto, composição, proveniência, e data do objecto dentro da obra do artista. Com a variação de algum determinante do preço, este altera-se, pelo que o valor de mercado de uma obra de arte é um conceito relativo, variando com o tempo e os contextos, mas também entre compradores e vendedores.

O mercado de arte tende a ser sazonal, com os leilões a ocorrerem durante a Primavera e o Outono. Na medida em que as obras de arte não são transaccionadas com frequência, o último preço de venda é um indicador importante do preço de venda futuro. O mercado é dominado por duas casas de leilões, Sotheby's e Christie's, que actuam como *market makers*, ao capturarem poder de mercado que lhes permite influenciar o preço de venda das obras dos artistas. A informação sobre os preços tende a ser resumida em índices, cujo objectivo é medir a valorização do preço de determinado activo ou de um grupo de activos. Estes índices pretendem reunir os atributos de representatividades, liquidez e capacidade (informação indicativa do potencial e valor das vendas ocorridas). Na determinação dos índices, o mercado emprega duas metodologias: preços repetidos e preços hedónicos.

Os índices de preços repetidos registam os valores de venda e revenda dos mesmos artigos ao longo do tempo, enquanto que os índices de preços hedónicos utilizam informação de vendas únicas. Os preços hedónicos correspondem a preços implícitos, em que se controlam aspectos qualitativos da obra de arte através de diferenças nas características. Neste método, a qualidade resulta de diferentes atributos ou características da obra de arte, que é valorizada pela utilidade que estas características conferem

(características físicas como medium, tamanho, casa de leilões, e características não físicas como reputação do artista, assinatura na obra, estimativas pré-leilão)⁴⁴. A utilização da função de preço hedónico nos estudos empíricos facilitou a interpretação errada da equivalência entre preço de mercado e qualidade. A qualidade da obra de arte está associada ao seu valor, que é independente do preço de mercado. Os estudos que partem dos preços para comparar a rentabilidade entre investimentos em arte e aplicações em outros activos financeiros não apresentam resultados conclusivos, não sendo possível demonstrar que os investimentos em arte são mais lucrativos.

As obras de arte correspondem a bens de luxo, na terminologia económica, bens cuja procura aumenta mais do que proporcionalmente em relação ao aumento do rendimento⁴⁵. Tal implica que indivíduos com rendimentos superiores apliquem uma maior parte do seu rendimento no consumo de bens de luxo. O investimento em obras de arte permite não só diversificar o risco no contexto de uma carteira de investimentos, mas também protege contra a inflação (os preços das obras de arte tendem a subir), e permitem evitar impostos (possuir obras de arte não é taxado, ao contrário por exemplo da terra). Enquanto investimento financeiro, o investimento em obras de arte depende do *timing* da compra e da venda, sendo que o mercado da arte é também afectado por preferências estéticas.

A arte inovadora ocorre maioritariamente do lado da oferta. Os artistas produzem objectos que o mercado irá aceitar ou não, correspondendo a um ajustamento, ou não, da procura. Ian Robertson (2005) nota que o mercado internacional de arte é o *único* mecanismo para conferir valor à arte e antiguidades, e *Because art is determined by institutions with a monopoly of taste, art is only art when it has passed through certain mechanisms. Since money is the accepted medium of exchange for the transference of power, art is only art when it has been exchanged for money*⁴⁶.

⁴⁴ Os preços hedónicos são obtidos através da técnica da regressão linear, em que o preço de venda (variável dependente) é função das características (variáveis independentes), utilizando para o efeito dados de leilões (vendas públicas).

⁴⁵ Este conceito corresponde a uma elasticidade procura rendimento elevada.

⁴⁶ Robertson, Ian and Chong, Derrick (2008), *The Art Business*, Routledge, Abingdon

CAPÍTULO 4 - RENDEZ-VOUS

ROSE C'EST LA VIE

The ready-mades are anonymous objects that the artist's gratuitous gesture, the mere fact of choosing them, converts into works of art. At the same time this gesture does away with the notion of art object. The essence of the act is contradiction; it is the plastic equivalent of a pun. As the latter destroys meaning, the former destroys the notion of value.... The ready-made does not postulate a new value: it is a jibe at what we call valuable. It is criticism in action: a kick at the work of art ensconced on its pedestal of adjectives⁴⁷.

They look trivial, but they're not. On the contrary, they represent a much higher degree of intellectuality⁴⁸.

Ao comunicar o ready-made, Duchamp submete a obra à crítica, o que desperta o interesse do público e aguça a expectativa do mercado, ávido do icónico. Com o ready-made, Duchamp refuta a arte da retina, que existe apenas no plano visual, e cuja origem identifica em Courbet. Ao produzir o ready-made, Duchamp abandona a *ideia da fabricação*, explicita que a autoria não é um direito natural, conferido pela assinatura no objecto, mas necessita de ser adquirido *with all kinds of delays*. A autoria carece de validação posterior e confere ao artista direitos sobre a obra de arte, que se afastou do plano visual para o do intelecto. Ao abandonar a pintura, Duchamp introduz o *nominalismo pictural*. Na explicação de Thierry de Duve (1996) *Once the idea of fabrication has dropped off, the act of naming the object becomes a relevant condition for specifying its encounter with an author who chooses it as much as he is chosen by it, who, so to speak, trips over the happy find of a three-dimension pun, as over the Trébuchet.*

O ready-made serve para Duchamp perguntar *Can one make works which are not works of "art"?*, o que equivale a interrogar as possibilidades da arte. Ao deslocar a importância da prática artística do objecto para a ideia, Duchamp coloca em questão *the nominal notion of aesthetic taste or value, as a foundational criteria in the understanding of art*, na expressão de Robertson (2008). O ready-made transfere o valor, em termos estéticos, do objecto para a ideia, invertendo a ordem estabelecida e atribuindo ao espectador,

⁴⁷ Paz, Octavio (1990), *Marcel Duchamp: Appearance Stripped Bare*, First Arcade, New York

⁴⁸ Roberts, Francis. "I Propose to Strain the Laws of Physics." *Art News* 67 (Dec 1968): 62.
http://www.toutfait.com/unmaking_the_museum/introduction1.html

enquanto posteridade, a decisão sobre o valor da obra. Ao desmaterializar o objecto em favor do conceito, evidenciando que o objecto não possui um valor intrínseco, Duchamp afasta o valor estético do objecto, enfatizando a ideia em detrimento da forma.

O mercado da arte, ao ser mercado, atribui um valor económico, um valor financeiro, ao objecto, fetichizando a componente *coisal* da obra de arte, pelo que a arte permanece baseada em objectos. Robertson nota que *the art market will, of necessity, find a way to commodify, even if it means commodifying that most abstract of phenomena: an idea*. Por isso, a consequência lógica a Duchamp seria o artista patentear o seu processo criativo, retirar da obra de arte a *coisalidade*, pois só desta forma a arte poderia ser isolada do mercado. A arte deslocar-se-ia dos objectos para o plano das ideias, permitindo contudo a existência de objectos de arte fabricados de acordo com um processo criativo, ilimitados em número, para satisfazer um mercado que sobrevive de ícones.

Duchamp, ao produzir o objecto ready-made, responde à questão que o ready-made coloca, o que é a arte? Ao apelar a uma indiferença visual, que evoca uma indiferença estética, Duchamp assume uma indiferença perante o objecto, mas também uma ausência de emoção estética. O ready-made cumpre a dupla função de colocar em evidência a questão, mas também de indicar a avenida da resposta. Ao não comunicar emoção estética, o ready-made é absolutamente indiferente, e não cumpre a função de mediação indirecta do sensível, no sentido tradicional de *aistheton*⁴⁹, que é verdade para todos os objectos de arte. Porque a experiência estética é a experiência da subjectividade do sujeito, a experiência estética é a experiência da solidão, que é partilhada com *o povo dos mortos*, a tradição. Como nota de Duve, *What this shared solitude stands for is both the right to judge by yourself and the duty to judge as if you were not alone*. A este propósito, Dalia Judovitz (1998) conclui *The ready-mades make visible the provisional and status of art as they switch back and forth, undecidably, between art and non art. By documenting this transition, Duchamp demystifies the art object at the same time that he reactivates the position of the spectator, as critical to both the reception and production of works of art*.

Octavio Paz nota que o ready-made tem implícita uma crítica da noção de valor. Ao considerar que a prática artística e o valor financeiro não correspondem à mesma noção de valor, obriga a repensar o valor financeiro atribuído ao objecto e transforma o conceito de valor a partir da discussão do valor artístico. Na formulação de Judovitz *The ready-made is conceived as ... "criticism in action", the ready-made radically disrupts the valuative judgement of a work as art*.

⁴⁹ O que é capaz de ser apreendido pelos sentidos. Platão contrasta *aistheton*, o sensível, com *noeton*, o inteligível.

COMUNICABILIDADE E VALOR : SIMPLEX SIGILLUM VERI⁵⁰?

Na concepção de Duchamp, o processo criativo é composto por dois pólos: o artista que produz um objecto que aspira a ser obra de arte, e o espectador que interpreta e atribui valor à produção do artista. O artista que produz um objecto de arte tem necessidade de o comunicar, de o entregar ao contacto com o espectador. O espectador, ou os vários públicos, procuram e consomem arte por variados motivos. Deste encontro, ou desencontro, resulta uma comunicação em que nem sempre emissor e receptor se entendem. Frequentemente o espectador não entende a arte que se exhibe nas galerias ou que se consagra nos museus. Ao não entender o que vê, ao não possuir linguagem para compreender, o espectador defende-se dizendo que não gosta. Uma parte significativa da arte parece padecer deste síndrome de incomunicabilidade, tal *maladie de l'emmuré vivant*. Acresce a esta relação uma aparente ausência da crítica de arte, que se encontra capturada pelo mercado, e cujo papel era mediar entre o artista e o espectador.

A arte que parece relacionar-se melhor com o público é aquela a que as multidões afluem, nas exposições temporárias em formato *blockbuster* que os museus organizam. Qualquer retrospectiva ou mostra alargada de um pintor do Impressionismo atrai números recordes de visitantes, um pouco como os leilões destas obras tendem a bater os valores máximos históricos.

Quer pelo seu valor monetário, quer pelo seu impacto mediático, resultante da reprodutibilidade técnica da obra de arte, o público procura obras específicas, independentemente de as compreender ou não. Se o valor da obra parece alterar a predisposição do espectador para a receber, então é da maior importância entender o processo de criação de valor.

COMUNICABILIDADE E RECEPÇÃO DA ARTE: AS INSTITUIÇÕES

*Existe um mais e um menos de facilidade na compreensão de uma obra de arte que em nada afecta o seu valor, e esta facilidade depende algumas vezes do quadro e algumas vezes de nós próprios. Ortega y Gasset (1926), no ensaio A verdade não é simples, coloca a questão: o que é que significa o facto de não se entender uma obra de arte?*⁵¹

⁵⁰ A verdade é simples.

⁵¹ Ortega Y Gasset (2003) *A Desumanização da Arte e outros Ensaios de Estética*, Almedina, Coimbra

Para haver comunicação tem de existir emissor, receptor e mensagem. A questão que aqui se coloca é a da decifração da mensagem pelo receptor, ao nível da compreensão das obras de arte. Os visitantes dos museus ou das galerias param, ou pasmam, diante de telas, esculturas, instalações. Passam, ou ultrapassam, obras de arte em detrimento de outras, seguindo um percurso recomendado, institucionalizado, em função dos *highlights* da colecção, obras cujo valor de alguma forma justificam que o espectador se detenha perante elas, numa peregrinação para uma qualquer revelação da ordem do mistério.

A maior parte das cópias do *Le Penseur*, de Rodin, encontram-se no espaço da entrada de museus de arte. A este afirmar institucional que a arte se pensa, mais do que se sente, corresponde, por parte de quem visita, um comportamento de passividade na presença das obras. Perante os quilómetros quadrados de telas que nos esperam nos grandes *halls*, como os sonhados por Albert Speer, os visitantes focam e desfocam o seu olhar, na esperança de captar na memória as imagens da retina. Mas a memória não é digital e a arte da maioria dos museus é toda igual. Corredor após corredor, sala após sala, museu após museu, país após país, os nomes repetem-se, repetem-se os estilos, as modas, os discursos, os erros. A maioria dos museus americanos permite que se fotografem as obras, sem flash. O visitante pode fazer *zoom* de todos os detalhes que quiser, pode literalmente respirar o quadro, só falta mesmo poder tocar-lhe. Pode levar consigo o *seu* quadro.

Os principais museus surgiram como aglomerações de colecções privadas, diluídas e reconstruídas de acordo com um percurso pensado, onde as obras se agrupam para favorecer um discurso. O museu resultante deste puzzle de peças tende a produzir uma experiência mista. Na medida em que pretende ser generalista e apresentar um exemplar de cada estilo, pintor, ou época, ameaça satisfazer e deixar exausto o visitante médio, condenado a descer a escadaria enfartado de tanta tela, tanto mármore, soterrado na esterilidade vitrificada dos museus. Para o perito, o museu vale por uma, ou duas obras.

As colecções privadas, que permaneceram separadas dos museus e se constituíram maioritariamente em fundações, proporcionam uma outra experiência da arte, ao devolver ao visitante uma escala humana, que se pode visitar sem provocar fadiga. Nestas colecções, o papel do coleccionador é fundamental e pode conferir um valor *acrescentado* ao conjunto das obras⁵². Valor esse que decorre de um gosto pessoal de quem adquire, mas também da compreensão (rara) do que é a obra de um artista: produção e não produto. O coleccionador

⁵² A título de exemplo, compare-se a obra singular de Renoir na Phillips Collection, *Le Déjeuner des canotiers*, com as 181 obras do mesmo pintor na Barnes Foundation.

que entende a arte como produção selecciona um conjunto restrito de artistas, que patrocina⁵³.

Tanto na arte mais clássica como para a arte mais moderna, os museus estão cheios de lixo. São toneladas de entulho projectadas contra quem arrisca lá entrar. A arte que se exhibe nos museus corresponde a objectos cujo principal mérito é o de terem sobrevivido. Meia pala de altar fortemente restaurada, mais um *tondo* repintado para a sua alegada beleza original, obras menores de artistas menores, pontuadas aqui e ali por um objecto de arte que possui o *algo mais*, a obra-prima. A esta alegoria do esquecimento escapam artistas e obras de arte que o espectador, agindo através da posteridade, lista como notáveis para integrarem a tradição, para formarem a *instituição* história da arte. Artistas ou obras determinantes porque inauguram ou fecham ciclos, ou porque possuem um tal único (Benjamim fala de aura) que divide as águas, criam o antes e o depois.

A compreensão da obra de arte pressupõe que o receptor a entenda, na medida em que é capaz de penetrar no seu conteúdo. Perante o objecto que não consegue dominar, a chave que não consegue decifrar, o espectador defende-se, afirmando que não gosta, que a obra é má. Se a arte sempre foi difícil e exige esforço a quem a quer entender, com o desaparecer da crítica o espectador não consegue preparar o seu olhar para a obra do autor. O papel da crítica não é o de julgar, mas sim o de mediar, *revelar o sistema de preferências que age no subsolo de qualquer estilo novo*, tornar visível a inovação artística.

A arte divide o público em dois grupos: os que a entendem e os que não a entendem. Ao contrário da arte do século XIX, que se caracterizou pelo *triumfo da popularidade*, a arte do nosso tempo não parece ser uma arte para as massas, na medida em que a maioria, a massa, não a entende. A tentativa de aproximar as obras de arte do público incorre, como nota Adorno, no risco de produzir uma subordinação da arte ao gosto dominante. Adorno aborda a indústria da cultura, que envolve a produção de obras para reprodução e consumo em massa, dentro do contexto da economia capitalista, notando que toda a produção se destina ao mercado. O avanço das indústrias culturais coloca em perigo a radicalidade específica de cada obra de arte, pois promove a institucionalização da arte e a subordinação da criação artística aos modelos sócio-económicos das sociedades capitalistas.

A questão da relação entre arte e comunicação torna-se mais premente no interior de uma sociedade subordinada ao imperativo da comunicação, que reproduz estruturas sociais de dominação. Ao retirar as obras de arte ao imperativo imediato do sentido, o nível de

⁵³ Para além dos Renoirs, a Barnes Foundation reúne 69 obras de Cézanne, 59 de Matisse, 46 de Picasso, 21 de Soutine, 16 de Modigliani. E a lista continua. Por sua vez, a Menil Collection disponibiliza a Cy Twombly Gallery, a Rothko Chapel, e o Richmond Hall de Dan Flavin, edifícios inteiramente dedicados à obra de um artista.

existência das obras de arte deixa de ser o da comunicação. A experiência estética não é redutível à apreensão de um sentido, o que remete para o carácter conceptual da natureza da arte. Em resposta, a estética de Adorno está marcada por uma defesa das vanguardas, pelo aprofundamento das linguagens específicas de cada forma de arte. Esta exigência de radicalidade de investigação expõe as obras inovadoras ao perigo do fracasso, sendo o risco de falhar correlativo ao seu potencial sucesso. Abandonando a tentativa imediata de divulgação de um conteúdo, é preferível uma incompreensão momentânea por parte do público do que a concessão às expectativas deste. São os sujeitos e as sociedades que devem elevar-se até às obras de arte e não estas que devem descer às sociedades.

Adorno indica-nos que a autonomia da arte baseada na ideia de humanidade, esbarra com Auschwitz, com a desumanização do humano. O apelo à arte de vanguarda como modelo de saída para as aporias da modernidade comporta o risco de fracasso da nova arte, o seu não entendimento pela massa e a divisão do público em dois grupos: uma minoria que compreende e uma maioria que lhe é hostil, pelo que a arte e a sociedade têm uma relação de permanente conflituosidade. Ao pensar a arte como vanguardas estéticas, a arte é um processo em permanente movimento de transformação. Enquanto realidade histórica, só face a essa historicidade é que pode ser pensada, pelo que, para Adorno, o sentido da obra não pode ser aferido por referência a qualquer sentido originário. Esta noção de autenticidade difere da de Benjamin, que pretende cristalizar a sua identidade num momento, a origem. Para Benjamin (1955), *o aqui e agora do original constitui o conceito da sua autenticidade*, sendo que a autenticidade não é reproduzível.

O valor de um objecto decorre do lugar da arte no interior da sociedade. Na sociedade do espectáculo e da informação, a arte desligou-se do culto, do sagrado. Benjamin nota que *o valor singular da obra de arte autêntica tem o seu fundamento no ritual em que adquiriu o seu valor de uso original e primeiro*⁵⁴. Uma vez que *o culto foi a expressão original da integração da obra de arte no seu contexto tradicional*, a sua singularidade, a sua *aura*, não se pode desligar da sua função ritual. Quer isto dizer que a definição de aura representa a formulação do valor de culto. *Com a secularização da arte, a autenticidade toma o lugar do valor de culto.*

Benjamin identifica dois valores relacionados com a recepção da arte: o valor de culto e o valor de exposição da obra de arte. A reproduzibilidade técnica da obra de arte emancipa-a da sua existência no ritual, aumentando as possibilidades de exposição, e o valor de exposição passa a ser dominante na recepção da arte. A invenção da fotografia

⁵⁴ Walter Benjamin (1992) *Sobre Arte, Técnica, Linguagem e Política*, Relógio D'Água, Lisboa

alterou o carácter global da arte, tendo modificado a relação das massas com a arte: *o convencional é apreciado acriticamente e o que é verdadeiramente novo é criticado com aversão*. A pretensão da obra de arte se poder dirigir às massas falha no caso da pintura, que não pode ser objecto de uma recepção colectiva simultânea. Por sua vez, o alargamento da base provoca uma participação de tipo diferente: para as massas, o espectáculo é o *guardião do sono*⁵⁵, nas palavras de Debord (1967). O público procura entretenimento e a arte requer recolhimento por parte do espectador.

MEHRWERT: DIEDERICHSEN E A QUESTÃO DO VALOR

Em *On (Surplus) Value in Art* (2008), Diederichsen investiga a formação do valor na arte contemporânea a partir do conceito de Marx de valor acrescentado, *Mehrwert*. A arte gera sempre *Mehrwert*, referindo-se ao facto de a arte servir para alguma coisa, logo ter um uso. Em Marx, o valor acrescentado está sujeito à lei do valor em geral, segundo a qual o valor transforma cada produto do trabalho num hieróglifo social não imediatamente decifrável. Para Marx, *Mehrwert* é algo sem significado, mas que faz parte da máquina capitalista.

O valor determina-se pela quantidade de trabalho médio que é socialmente necessário para produzir um bem. Neste processo ocorre uma dupla transformação: abstracção do trabalho individual em trabalho social, e concretização num bem específico. No caso de *Mehrwert* artístico, as justificações mais frequentes para a sua existência são: autonomia (da arte na sociedade burguesa), desejo (a arte como desejo, não obedecendo a regras), e autoria (é pedido à arte que seja cheia de significado).

Tendo a arte sentido, requer explicações adicionais, e o público associa valor a chaves de decifração. Depois de Duchamp, o objectivo da arte parece ter sido o de fornecer chaves de interpretação, estabelecendo-se assim uma relação entre o discurso que legitima a arte e o público que quer saber qual é o segredo. Diederichsen identifica dois factores que contribuem para que cada obra de arte seja simultaneamente o género e único exemplar desse género: estratégias comunicantes de publicidade, destinadas a eliminar os preconceitos do acto de comunicação (palimpsesto), para alargar a base de consumidores possível; e o conceito que cada obra tem de gerar a sua própria justificação.

Diederichsen nota que o *Mehrwert* como chave de interpretação das obras é importante para a exploração comercial da arte, porque o mundo da arte tem uma relação

⁵⁵ Guy Debord (2005) *Society of the Spectacle*, Black & Red, Detroit

entre o ataque vanguardista às convenções e o interesse de certas instituições e colecionadores. A arte liberta de história surge como objecto ideal de investimento, susceptível de instrumentalização político-cultural e de especulação financeira. Para tal, o autor identifica dois tipos de arte: arte que requer legitimação artística e arte que é imediatamente reconhecida como tal, cuja existência é justificada por outra arte. O primeiro conjunto de objectos de arte gera lucros especulativos e mantém vivo o discurso da arte.

O autor identifica dois processos distintos, não separáveis, que estão relacionados pela questão da reprodutibilidade e a sua relação com o valor: um processo que se refere ao valor corrente do bem artístico e o seu preço; e outro processo relativo ao preço especulativo e a sua relação com o valor.

Na análise do primeiro processo, o valor é calculado com base na quantidade de trabalho que é socialmente necessário para produzir o bem, pelo que preço não corresponde a valor. A quantidade de trabalho, por sua vez, tem duas vertentes: quantidade de tempo necessário na escola de artes para a formação como artista, e como esse tempo é financiado (modelos diferentes na América do Norte e na Europa Ocidental). Ao verificar que, ao nível da arte contemporânea, cada vez menos artistas profissionais são *outsiders*, e que os CV's dos artistas se assemelham ao de outros trabalhadores especializados, Diederichsen propõe uma visão do artista como *entrepreneur*, que emprega capital e trabalho na produção de objectos de arte. Nesta formulação, o artista possui dois tipos de capital: um capital constante, adquirido na universidade, e um capital variável, que corresponde à sua produção sazonal. O objectivo do artista é produzir valor que seja realizado sob a forma do máximo preço possível na relação de troca, mas também maximizar a taxa de trabalho novo, taxa de trabalho extra não pago, e capital variável envolvido. Não é o capital constante que gera valor acrescentado, é o capital variável que gera o *Mehrwert*. Desta forma, quanto mais tempo o artista despender na produção de objectos de arte, maior o valor que pode ser criado.

As expectativas específicas do artista contemporâneo coincidem, segundo Diederichsen, com a fórmula de Marx para o *Mehrwert*: produzir trabalhos que sejam o mais frescos e novos (incorporando capital variável e trabalho extra), mas fazer isto na base de uma reputação e conhecimento existentes (capital constante).

No segundo processo, o valor especulativo não deriva do valor do tempo e trabalho usado, sendo necessário que exista um mercado de arte (assumindo racionalidade na formação dos preços). Os artistas satisfazem a procura de objectos de arte produzindo singularidades, sendo a singularidade a qualidade desejada, o seu atributo universal.

Existirão então duas ordens para o valor: uma primeira ordem referente ao valor de uso (que é fetichizado), e uma segunda ordem relativa ao valor de troca. Esta formulação é análoga à apresentada por Benjamin, em que o valor de uso é dominado pelo valor de troca. O valor de uso reside em poder apresentar-se como valor de troca, transformando-se em valor monetário.

A especulação refere-se à realização prevista de um valor no futuro, e é indiferente ao processo de criação de valor. O trabalho gera valor, e com a especulação, sem acrescentar mais trabalho, gera-se mais valor. Na especulação considera-se a duração do trabalho morto ou outra forma de aumentar a intensidade, via exposição. Outras formas de aumentar a intensidade incluem: novos dados sobre o artista, novos resultados de leilões.

O preço de um objecto de arte pode ser avaliado, pelo que actua na criação da noção do razoável e não-razoável. Na arte, o discurso da razoabilidade está sempre à procura de argumentos para além dos aspectos objectivos da formação do preço: raridade, procura, qualidade artística, tempo e dinheiro necessários para os avaliar, etc. O preço corrente do mercado de arte é tido como a voz da moda, por oposição ao preço do leilão, que é visto como a voz da história, apelando a uma revelação gradual da realidade, num exercício lento de justiça e de verdade.

Tal como analisado por Benjamin, o objecto de arte está associado à sua reprodutibilidade. Diederichsen afirma que a aura do original enquanto pressuposto para a característica de bem de arte é uma mistificação. O bem permite transformar trabalho individual em trabalho abstracto, e valor de uso em valor de troca. Através do fetiche conceptual do génio do artista, a aura do original faz com que o trabalho artístico vivo apareça como um índice físico, uma qualidade relacionada com a decadência do material. No entanto, desde o século XX que o bem artístico não tem de ser original num sentido estrito. A singularidade do artista não se transfere para o objecto pelo contacto físico, mas via espiritual. O objecto de arte não é uma imagem da singularidade do artista, pelo que estes objectos não possuem um índice físico, mas sim um índice metafísico. Este segundo índice metafísico indica que o bem artístico contém: a abstracção do trabalho vivo do artista (aura), e o trabalho vivo adicional que não é do artista, mas é subcontratado (a quasi-aura).

A aura clássica, nota o autor, está muito focalizada nos traços materiais da fisicalidade do artista, enquanto que a nova aura é um tipo especial de valor⁵⁶ que combina trabalho do artista com trabalho de gestão e intelectual. No contexto da arte, projectos, performances, ou outros trabalhos que não geram objectos também têm aura desde que exista um vestígio

⁵⁶ Recorde-se que valor é diferente de preço, dado que o preço está relacionado com o trabalho vivo do artista.

capaz de, em algum momento, entrar numa colecção privada e adquirir valor. Desta forma, o bem artístico com aura prolifera, funcionando pelo índice metafísico e como moeda de troca.

Uma última questão colocada por Diederichsen parte da análise da indústria cultural como uma indústria em crise. Se a reprodução é cada vez mais barata, não sendo possível criar valor pela exploração de trabalho barato directamente envolvido na produção de bens artísticos, então de onde vem o *Mehrwert*?

O desenvolvimento de um sistema em que os artistas têm segurança económica deve-se à reprodutibilidade dos seus trabalhos, mas também à sua presença física em performances. Apenas uma minoria de artistas vive só da arte, tendo a sua fonte de rendimento passado do objecto para a performance, um reforço da importância dos rendimentos do trabalho. A proletarização do trabalho é uma de duas características que o autor identifica, sendo a segunda a fuga para a produção de objectos com aura, incluindo uma segunda aura que permite o comércio de produtos não relacionados, como sejam canecas, lápis, *pins*, tabuleiros, vestuário.

MANET E DUCHAMP: WHAT YOU WANT IS REALLY STUPID

So I have to say something about you again. I must try to convince you of what you are worth. What you want is really stupid. They are making fun of you; the jokes annoy you; they don't do justice to you, etc., etc. Do you think you are the first to be in such a situation? Are you a greater genius than Chateaubriand or Wagner? They (the public) made fun of them? And so as not to inspire you with too much pride, I will tell you that those men are models, each in his genre, and in a world full of riches, and that you, you are but the first in the decrepitude of your art. I hope you won't be too upset by the unceremoniousness with which I treat you. You know my friendship for you⁵⁷.

A reacção da crítica perante a obra exposta não é isenta de consequências no artista. Baudelaire escreve a Manet, recomendando-lhe perseverança, após a reacção adversa da crítica do *Salon* de 1865, em que o pintor apresentara ao público *Olympia*⁵⁸. A rejeição do *Nu descendant un escalier No.2* pelo *Salon des Indépendants* (1912) leva a que Duchamp

⁵⁷ Rubin, James (1995) *Manet's Silence and the Politics of Bouquets*, Harvard University Press, Cambridge, p.103

⁵⁸ Apesar de se inscrever na tradição da pintura, evocando a *Ninfa Adormecida na Paisagem*, de Giorgione, a *Vénus de Urbino* de Tiziano, e as *Majas* de Goya, a *Olympia* de Manet escandalizou o público e foi recebida de forma adversa pela crítica. Cézanne responde ao quadro de Manet em *Une Moderne Olympia*, e Coubert em *La Femme au Perroquet*, ao que Manet irá contrapor o seu *La Femme au Perroquet*, em que recorre à mesma modelo da sua *Olympia*.

retire a obra e a submeta ao *Armory Show* (1913), o que facilitou a ida do artista para os EUA. Bacon identifica o insucesso da sua primeira exposição individual como um motivo para ter passado a pintar menos e a jogar⁵⁹. O apelo de Baudelaire remete para a posteridade a legitimação da arte do presente, o que ocorre sempre através de um processo comparativo com a arte que foi integrada na tradição. A crítica não substitui um veredicto que é retrospectivo, pelo que a legitimação deriva do passado. Por isso, Baudelaire instiga Manet a ignorar as opiniões dos outros, de forma a ser ele próprio, encorajando-o a produzir na pintura o que Chateaubriand fizera na literatura e Wagner na música.

Ao identificar o início da modernidade com a pintura de *Salon*, de Duve (1996) observa que a pintura moderna (cujo momento fundador corresponde ao abandono dos artifícios do estúdio para a prática ao ar livre) se dirige ao *leigo* mesmo antes de ser concebida, em virtude de se destinar ao mercado. O desenvolvimento da economia de mercado, enquanto consequência do processo de industrialização, opera nas artes através da fusão das condições de produção com as condições de recepção. Enquanto período histórico, a modernidade encontrou tradução na prática artística sob a forma do modernismo. O ímpeto modernista requer a especificidade, pelo que promove a separação das artes e contraria a interdisciplinaridade. Ao romper o elo de ligação entre os artistas, que passam a trabalhar de forma independente, estabelece um hiato no diálogo com o *povo dos mortos*. Bacon expressa esta ideia em entrevista a David Sylvester, *But when you're outside a tradition, as every artist is today, one can only want to record one's own feelings about certain situations as closely to one's own nervous system as one possibly can*. A falha de comunicação entre os artistas agrava-se com a dissolução da comunidade de pares, e a autoridade sobre matérias da arte é capturada pela *vox populi*. A *foule* de Baudelaire assume a responsabilidade de definir as fronteiras entre a arte e a não-arte, validando as experiências estéticas dos artistas.

A intervenção de Duchamp, através do ready-made, permite devolver os artistas à tradição, evidenciando que estes não respondem perante o gosto do público. Duchamp estabelece a liberdade da indiferença, ao definir o ready-made como um *rendez-vous*. O ready-made exhibe a beleza da indiferença, afirmando que *In art, you can show but not prove*. Ao introduzir o termo *retard* para se referir ao interregno provocado pelas obras, que aguardam validação na posteridade, Duchamp legitima o princípio segundo qual todas as pessoas podem ser artistas. De Duve nota que este *facto* não é uma consequência do ready-

⁵⁹ Sylvester, David (2007), *Interviews With Francis Bacon*, Thames & Hudson, London

made, mas antes a sua condição. Que o ready-made revela: *In front of a ready-made, there is no longer any technical difference between making art and appreciating it.*

Duchamp encontra o ready-made no processo de abandono da pintura. Enquanto pintor, filiação que nunca renega⁶⁰, Duchamp começa por se interessar pela decomposição do movimento, pelo estudo da quarta dimensão, a alteração que a fotografia provoca na pintura. A descoberta da transparência ocorre como a continuação natural da história da retracção pictural da pintura. De Duchamp, diz-se que percebeu o limite da pintura, que ao perceber o espaço de transparência de Cézanne, ao sentir o peso do ar dentro do quadro, terá entendido ser necessário encontrar outro tipo de espaço, a transparência. Ao radicalizar o espaço bidimensional, que reduz ao nível da transparência, desloca o lugar do espectador. Ao deixar a forma suspensa num espaço transparente, o espectador passa a fazer parte da obra. Em 1912, Duchamp abandona a pintura, e em 1914 rabisca num papel *A kind of pictorial Nominalism (Control)*. Em 1916, com o ready-made *Peigne*, o objecto e o trocadilho implícito no nome⁶¹, Duchamp regista o abandono da pintura. Ao mesmo tempo, retém o carácter *coisal* da obra de arte, e atribui significado ao acto ao afirmar o abandono da pintura como condição para que esta permaneça possível, o que corresponde ao seu conceito de *infra thin: The possible is a infra thin. The possibility of several tubes of paint becoming a Seurat is the concrete explanation of the possible as infra thin.*

De Duve refere que o génio de Duchamp consiste em mostrar que a industrialização criou condições hostis para a pintura, devido à *objective uselessness* da mesma numa sociedade em que a produção de imagens é mecanizada e da qual se retirou a pintura. O ready-made regista a impossibilidade do fazer, *l'impossibilité du fer (faire)*. Gale e Stephen (2008), a propósito de Bacon, expressam a mesma ideia da impossibilidade da pintura, ao notar que o pintor aborda a temática da representação da existência num mundo em que a fotografia tinha assumido o papel de representar o mundo percebido. Enquanto Duchamp resolve a impossibilidade da pintura através da produção do ready-made, Bacon aprofunda o medium da pintura, ao assumir o niilismo activo defendido por Nietzsche e ler a arte como processo afirmativo. Para Bacon, pintar só faz sentido porque há uma mudança nos instintos e uma renovação no sentimento, que decorrem de uma afirmação da vontade de poder como modelo de constituição do sujeito, *Why, after the great artists, do people ever try to do anything again? Only because, from generation to generation, through what the great artists*

⁶⁰ Em 1963, numa entrevista à CBS, Duchamp afirma *In fact I have this sort of resistance to the the temptation of painting.* <http://www.npg.si.edu/exhibit/duchamp/pop-ups/video-02.html>

⁶¹ *Peigne* significa pente, pelo que Duchamp apresenta um objecto que corresponde a um pente. Mas *peigne* é também o subjuntivo do verbo *peindre*, que significa pintar. No imperativo, *que je peigne!*

*have done, the instincts change. And, as the instincts change, so there comes a renewal of the feeling of how can I remake this thing once again more clearly, more exactly, more violently. You see, I believe that art is recording; I think it's reporting*⁶².

A legitimação do ready-made, que Beuys resume *He entered this object into the museum and noticed that its transportation from one place to the other made it into art*, fundou a possibilidade de que o artista possa não ser nem pintor, escultor, compositor, escritor, ou arquitecto, *an artist at large* na expressão de De Duve. Segundo Duchamp, *A ready-made is a work of art without an artist to make it, if I may simplify the definition. A tube of paint that an artist uses is not made by the artist; it is made by the manufacturer that makes paints. So the painter really is making a readymade when he paints with a manufactured object that is called paints. So that is the explanation*⁶³. Ao definir o tubo de tinta como o paradigma do ready-made, Duchamp estabelece o produto da pintura como ready-mades modificados. Toda a pintura que não fabricou os seus pigmentos é reclassificada em ready-mades assistidos, e a tradição da pintura *now amounts to one large ready-made*, na expressão de De Duve.

Duchamp afirma *The word "art", etymologically speaking, means to make, simply to make. Now what is making? Making something is choosing.... Choice is the main thing, even in normal painting*⁶⁴. Ao estabelecer a equivalência entre arte e escolha, Duchamp desloca a importância do trabalho manual do artista artífice para o conceito, a ideia; ao mesmo tempo que transfere para o espectador parte da responsabilidade da escolha estética, conferindo-lhe a decisão ulterior sobre o valor. Através da escolha, o ready-made abre as portas do museu imaginário de Malraux, *To produce a readymade is to show it, to transmit a readymade is to make it change context, to enjoy a readymade is to wonder what it is doing in the museum. But the real museum no longer comes first. If Manet inaugurates modernism by the fact that he paints for the museum, then Duchamp ends it because he understands that the real museum comes second in relation to the museum-without-walls, for which it is nothing any longer but the referent, the way the gold lying in the vaults of central banks is nothing but the symbolic guarantee for the money in circulation. The artistic patrimony of the word has nothing in common but the statement, "this is a work of art"*⁶⁵.

⁶² Sylvester, David (2007), *Interviews With Francis Bacon*, Thames & Hudson, London

⁶³ De Duve, Thierry (1996), *Kant After Duchamp*, The MIT Press, Cambridge, p.163

⁶⁴ De Duve, Thierry (1996), *Kant After Duchamp*, The MIT Press, Cambridge, p.161

⁶⁵ De Duve, Thierry (1996), *Kant After Duchamp*, The MIT Press, Cambridge, p.418

MERCADO E CRÍTICA: SOB O SIGNO DO VALOR

A academia define a Arte Clássica (pré-romântica) ao definir as regras da arte e afirmar o que era o que não era arte. No modelo académico, em que os grandes mestres assumem discípulos que depois se tornam mestres, a academia criava o valor. Kant funda a modernidade, com a questão da subjectividade. A subjectividade e a crítica nascem juntas, pois é o sujeito enquanto sujeito que pode pensar criticamente. A invenção de uma subjectividade participa da invenção de um novo tipo de discurso, a que chamamos crítica. O mercado emprega a crítica como indicador de qualidade, metodologia de avaliação de obras de arte, que permite seleccionar e distinguir entre a variedade da produção contemporânea obras para transaccionar. O esvaziar do espaço da crítica entregou ao museu o papel da legitimação estética, afastando o museu da sua missão, enquanto instituição.

O presente traduz valor por um equivalente monetário, o que significa que o conceito de valor incorpora o da destruição de valor. Estatuária metálica que se transforma em lingote destrói o valor que tinha sido acrescentado pelo artesão/artista; ruínas que se pilham para gerar novos blocos de pedra, telas que se reutilizam para sobrepor novas pinturas. Quer isto dizer que existe um valor intrínseco na matéria do objecto, que se pode reciclar, reutilizar, e transaccionar. Isto explica que *das 3,785 estátuas públicas de bronze identificadas em Roma no século quarto, tenham sobrevivido apenas cinco, mil anos depois*⁶⁶. A este valor residual (que nas empresas se traduz por valor de liquidação) soma-se outro, que não é propriedade inerente do objecto, mas que lhe é conferido. É porque se confere valor aos objectos que os museus possuem reservas cuja dimensão impede qualquer visita, e existem objectos intocáveis, como as tábuas sagradas Etíopes. No entanto, os museus apenas guardam objectos que sobrevivem ao tempo, e não aqueles que possuem maior valor.

Stam (1993) nota que o valor, e o significado dos objectos é alterado pelos museus através da recontextualização dos mesmos no espaço do museu. A relação de poder pela posse questiona *quem* controla a representação do significado. Significado que não reside no objecto, mas é determinado e atribuído socialmente, sendo esta atribuição arbitrária e passível de mudança. Um discurso social, entendido como cabaz de relações associadas ao objecto, determina e atribui significado, cuja interpretação é feita através de uma negociação intelectual.

⁶⁶ Johnson, Paul (2003) *Art, A New History*, Weidenfeld & Nicolson, London

Em Finanças, valor corresponde ao somatório do valor actualizado dos *cash flows* futuros. A posse do objecto de arte confere ao seu detentor direitos traduzíveis em unidades monetárias, mas nem todos os benefícios são quantificáveis. Enquanto objecto privado, a obra de arte proporciona para além do poder conferido pela posse, benefícios de uso. Existindo um mercado, o objecto pode ser transaccionado. A avaliação do objecto atribui-lhe um preço, que não depende exclusivamente da obra de arte, mas também de factores externos ao objecto. O mesmo objecto tem características distintas consoante seja propriedade de privados ou esteja exposto num museu, o que confere ao bem público um valor acrescido. No espaço do museu, a obra de arte é não-rival no consumo (a experiência estética de um sujeito não reduz a disponibilidade da obra de arte para outros indivíduos), e é não-exclusiva (nenhum indivíduo pode ser excluído da exposição o objecto, assumindo que a entrada é livre). Porque se entende que os museus contribuem para um padrão desejado de comportamento na sociedade, e se atribui valor a este objectivo de cariz social, justifica-se o apoio aos museus, e o apoio às Artes em geral.

A crítica é algo da modernidade e a modernidade surge com o Romantismo. O paradigma crítico que se pensa a partir de Kant considera a experiência estética como experiência subjectiva do Mundo. Enquanto experiência do sujeito que gera individualidade (subjectividade), a experiência estética expande o sujeito, pelo que é uma experiência de *devenir*, na terminologia de Deleuze.

A questão do autor é igualmente uma questão Kantiana. O estilo de cada artista corresponde a uma escolha identitária, invenção da própria identidade e construção subjectiva, que a partir de certa altura se confunde com o próprio sujeito. O autor transmite uma experiência estética singularizada capaz de ser universalizada. Singularizada porque o sujeito gera um universo de significação ao atravessar sozinho a experiência estética, e capaz de se universalizar porque a experiência estética é experiência de comunicação. A solidão do sujeito termina quando encontra a comunidade de pertença, o *sensus communis* de Kant.

A experiência estética exige então a presença de um terceiro, que medeia entre o autor e a comunidade. A crítica é que o que conduz de uma obra de arte a outra obra de arte, um terceiro que faz a compreensão do que existe em cada obra, e estabelece a ligação entre a obra de arte e a comunidade. Comunidade que se revê na obra de arte e que corresponde ao *povo criado*, na terminologia de Deleuze.

A autenticação da modernidade faz-se pela história e é o discurso da crítica que medeia entre a obra de arte e a história. A crítica é o mediador compreensivo do que liga

uma obra a outra, sendo a história o que liga ou religa as obras entre si. Enquanto instância de mediação, a crítica é uma sinapse da história, antevendo o que a esta irá confirmar. Na formulação de Adorno, *a arte responde pela arte, critério pelo qual ela deve ser julgada*. Na modernidade, a arte contém a norma da sua própria teoria e quem cria o valor é a crítica. Para Duchamp a crítica pertence ao espectador, que sob a forma da posteridade atribui valor às obras e as inscreve na história da arte, a tradição.

Baudelaire remete para a história a experiência, para que as experiências se possam tornar história. Segundo Adorno, na modernidade a historicidade da obra de arte age pela categoria do novo, pela tentativa de instaurar um permanente corte com a tradição. Tal como Duchamp, que afirma: *The pruning is done on a grande scale. In fifty years, well, well!*, Bacon remete para o processo histórico a avaliação da sua obra: *I think only time tells about painting. No artist knows in his own lifetime whether what he does will be the slightest good, because I think it takes at least 75 to 100 years before the thing begins to sort itself out from the theories that have been formed about it.... Even successful artists - and especially successful artists, you may say - have no idea whatever whether their work's any good or not, and will never know*⁶⁷.

Danto afirma que, como processo, a arte realizou-se e chegou ao fim. Se termina a história de arte, então acaba o conjunto de relações críticas entre as obras. O fim da história traz o fim da crítica. O desaparecer da crítica é o esvaziamento do sentido, porque a crítica é uma instância de mediação, necessária para que o processo de criação se transforme em linguagem. A pós-modernidade traz uma dissolução da subjectividade, e elimina o papel do terceiro, pela exclusão da crítica. A arte, que deveria caminhar para uma expansão das subjectivações, afasta-se da subjectivação para o egóico, a pura expressão do *eu*.

A pós-modernidade apela ao hedonismo do direito à auto-expressão, à afirmação de uma subjectividade exarcebada. Esta subjectivação é um dos modos como a pós-modernidade mal interpreta o legado da invenção da subjectividade: o *eu biográfico* substitui o *eu* que só existe enquanto *outro*. A sobrevalorização do auto-expressivo acentua a perda da função do autor e da obra: não havendo função individual (lugar do autor), há apenas estruturas que produzem necessidades históricas. A obra seria apenas reflexo de uma necessidade histórica. O pós-moderno caracteriza-se então pela conversão do tempo em história, anulando a dimensão histórica. Não havendo condições de distanciamento, não há crítica. À crítica fica reservado o papel de propaganda, e o valor é capturado pelo mercado. Na pós-modernidade a proletarização da crítica significa que esta trabalha para o mercado

⁶⁷ David Sylvester (2007) *Interviews with Francis Bacon*, Thames & Hudson, New York.

ou para as instituições, que desta forma comandam os trabalhos dos artistas. Esta promiscuidade entre crítica e mercado corresponde a uma subversão do conceito de crítica, pois esta não é o pensamento do crítico, mas algo que está inscrito na própria arte.

A crítica corresponde à capacidade de detectar o que inova, o que a obra de arte traz de novo. O plano da inovação é fundamental para a história da arte, porque permite reler a importância de artistas. A inscrição de um artista na história da arte ocorre pela influência directa ou pela inovação. Desta forma, crítica e história são dois elementos de uma mesma unidade. A crítica tem esta importância porque ocorre sobre o pensamento da arte, correspondendo à crítica que a arte faz sobre si própria. A crítica trabalha dentro da história, consistindo no processo de actualização da própria história, reconduzindo-a a uma reconsideração que não tinha feito. Ao delegar na posteridade a decisão sobre o valor, Duchamp aspira ao reconhecimento póstumo de Van Gogh.

Se a crítica obriga a repensar o que se pensou, elaborando novas formas de tempo, o tempo por excelência do mercado é o presente, que desconhece o olhar desinteressado, e é incapaz de reconhecer a *beleza da indiferença*, na expressão de Duchamp. A este propósito, de Duve escreve: *Here is the beauty of indifference, which reminds you the one question bequeathed by the avant-garde must remain unanswered: can one make works of art which are not works of "art"?*⁶⁸. Baudelaire introduz a questão do económico e do social no discurso estético em *Um esboço de costumes*. Contudo, a questão do económico acompanha toda a história da arte, de Lascaux até aos nossos dias.

O mercado é uma entidade indefinida composta por agentes. Nas artes, existem artistas, público em geral, e o Estado. Os artistas produzem obras de arte que correspondem às suas experiências estéticas, à forma como experienciam o Mundo. O número de artistas está sempre em expansão, porque a população mundial aumenta, porque aumenta o rendimento médio per capita (o que permite dedicar mais tempo ao lazer e às artes), e porque a perda de relevância da Academia em favor do autodidactismo aumenta o número de potenciais artistas.

Contrariamente ao que sucedeu aos principais pintores da Renascença (como Rafael ou Perugino), compositores como Mozart ou Beethoven, ou escritores como Hugo ou Balzac, os artistas contemporâneos raramente combinam reconhecimento crítico e do público. A este propósito Cowen e Tabarrok (2000) afirmam *When critical tastes depart very widely from popular tastes art becomes avant-garde. Art is typically considered avant-garde if the style is offbeat and the product appeals to a selected few*. Neste contexto, os artistas

⁶⁸ De Duve, Thierry (1996), *Kant After Duchamp*, The MIT Press, Cambridge, p.85

podem escolher tendo presente o gosto das massas ou enveredar por outro caminho, de recompensas monetárias incertas. Sendo a preocupação do artista a criação da sua obra, a ligação com o público tende a ser feita por um terceiro, o agente ou a galeria. Este tende a ser uma empresa com fins lucrativos, respondendo a imperativos económicos, o lucro. O papel do Estado é o de enquadrar as actividades económicas, tanto do artista como a da galeria.

A arte serve para descodificar o olhar, pois *a obra de arte abre um mundo e mantém-no numa permanência que domina. Ao instalar um mundo, abre os sentidos a novas percepções e novas subjectivações.* Com a desvalorização do discurso crítico da pós-modernidade, o mercado tomou de assalto a questão do valor, pretendendo instituir no início do processo histórico o que vai ficar na história. O mercado é composto por muitos agentes individuais, muitos artistas e poucos intermediários. Os intermediários comportam-se como agentes neoclássicos racionais que maximizam a sua utilidade. Quer isto dizer que se pretendem apropriar tanto do excedente do consumidor (o valor máximo que ele está disposto a pagar) como do excedente do produtor (o valor mínimo que ele exige para vender a obra de arte). Os intermediários têm ainda o incentivo de se organizarem para dividir mercados, ou aumentar artificialmente os preços, ou qualquer outra prática menos legal. O mercado é ainda assaltado por outros problemas: informação assimétrica (quem vende normalmente tem mais informação do que quem compra) e *moral hazard*⁶⁹ (uma vez encontrado um *niche* de mercado onde o artista encontra sucesso comercial, pode limitar-se a reproduzir obras de arte, originais que são cópias de outros originais seus, como se a criatividade estagnasse no modelo de sucesso).

Para que o mercado funcione os agentes precisam de ter informação, referências que os ajudem a navegar no meio da variedade. Com a anulação do espaço natural da crítica, o mercado confiou a legitimação estética aos museus. Mas os museus são instituições com questões específicas, a quem agora se pede que validem a produção de obras de arte. Contudo, esta não é a função dos museus. Pela recontextualização dos objectos de arte no espaço do museu, pode atribuir-se ou retirar-se significado a um objecto, o que terá consequências imediatas no plano do valor. É este o contexto da afirmação de Duchamp *The museums are run, more a less, by the dealers. In New York, the Museum of Modern Art is completely in the hands of dealers. Obviously this is a manner of speaking, but it's like that.* Veja-se o exemplo da exposição de Bacon no The Metropolitan Museum of Art, em 1975,

⁶⁹ Risco moral, *moral hazard*, refere-se à situação em que um agente económico altera o seu comportamento em função de receber um determinada protecção ou seguro.

em que os trabalhos expostos, obras recentes do pintor, estavam disponíveis para venda. Organizar uma retrospectiva de um pintor vivo num museu de referência tem como consequência imediata a valorização não só das obras expostas, mas de todas as obras desse artista. A questão que aqui se coloca é uma questão moral: a questão da inadequação do substituto forçado da crítica, o museu, como legitimação estética do mercado com o qual mantém relações comerciais.

Whether Mr. Mutt with his own hands made the fountain or not has no importance. He CHOSE it. He took an ordinary article of life, placed it so that its useful significance disappeared under a new title and point of view – created a new thought for that object⁷⁰

⁷⁰ The Richard Mutt Case, The Blind Man 2, 1917

CAPÍTULO 5 - CONCLUSÃO

I LIKE SIGNING ALL THOSE THINGS - IT DEVALUATES THEM.

ESTRAGON: (giving up again). Nothing to be done.

VLADIMIR: (advancing with short, stiff strides, legs wide apart). I'm beginning to come round to that opinion. All my life I've tried to put it from me, saying Vladimir, be reasonable, you haven't yet tried everything. And I resumed the struggle⁷¹.

A *foule* de Duchamp espera eternamente por Godot, *Nothing to be done*. Não entende a obra, cuja explicação obriga a contar uma história que começa com *era uma vez* e termina em *...e viveram felizes para sempre*, mas que não conforta nem adormece. A propriedade das obras de Duchamp é a permanente inquietude. O conselho de Duchamp a John Cage, *Don't just play your side of the game, play both sides* ilustra em que medida muito pouco em Duchamp acontece por acidente. Duchamp é o seu espectador primeiro, e na qualidade dupla de autor e espectador, atribui valor aos objectos por si criados. Enquanto autor confere à obra um valor artístico/estético, e enquanto espectador aprova esse valor transitório, cuja verificação remete para a posteridade. O processo criativo permite que os artistas produzam obras de arte, mas não garante que as mesmas sobrevivam à validação original, numa recorrente tentativa e erro. David Sylvester interroga Francis Bacon *If people didn't come and take them away from you, I take it, nothing would ever leave the studio; you'd go on until you destroyed them all*, ao que o pintor responde *I think so, yes*.

SÃO JORGE POR FAVOR ME EMPRESTA O DRAGÃO

O que intriga Duchamp é a questão da criação do valor, a natureza do processo pelo qual uma obra de arte adquire valor artístico e valor de mercado. A noção de valor intersecta o mundo da arte com a economia, e o interesse de Duchamp opera no campo artístico. Ao longo de 40 anos Duchamp produz objectos que questionam directamente o conceito de valor: *Tzanck Cheque* (1919), *Wanted/\$2000 Reward* (1923), *Monte Carlo Bond* (1924), *Drain Stopper* (1964), *Cheque Bruno* (1965), *Czech Check* (1965), e *Marcel Duchamp Art Medal* (1967). A análise destas obras é disponibilizada por de Duve (1996), Judovitz (1998), entre outros, que decifram os jogos de palavras e desta forma desvelam o intuito do artista.

⁷¹ Samuel Beckett (1952), *Waiting for Godot*, Act.I

O que separa Duchamp da *meia lua dos confusos* é a percepção que a arte é legitimada sempre por comparação, ao existir dentro de uma tradição na qual se inscreve e dentro da qual não há rupturas, mas transições, num diálogo contínuo que se estabelece entre obras e artistas. A relação de influência é o que permite ao espectador, na forma da posteridade, atribuir valor a uma obra. O valor de uma obra de arte decorre do ser-obra da obra, pelo que corresponde a uma classificação binária, em que a posteridade reconhece o objecto como arte, ou não. Ao atribuir valor à obra, a posteridade (cujo presente integramos) emprega também uma classificação ordinal, identificando obras ou artistas que modificaram as condições da arte, e por isso são consideradas obras primas. Esta classificação não indica o grau de diferença entre as obras, nem sugere que a *Cappella degli Scrovegni* vale mais do que a *Cappella Sistina*. Apenas afirma que Giotto e Cézanne são figuras maiores na história da pintura Europeia. O valor não corresponde a um número cardinal, o preço, uma confusão que o mercado introduz, ao querer transaccionar.

POSTERITY IS A FORM OF THE SPECTATOR

Artists throughout history are like gamblers in Monte Carlo an in the blind lottery some are picked out while others are ruined.... It all happens according to random chance. Artists who during their lifetime manage to get their stuff noticed are excellent traveling salesmen, but that does not guarantee a thing as far as the immortality of their work is concerned⁷².

Ao definir o espectador como um pólo do processo criativo, tão importante quanto o artista, Duchamp afirma que a obra só é obra após a intervenção de um terceiro, que a interpreta. Ao inscrever a obra num circuito de troca simbólica, Duchamp atribui ao espectador *capital simbólico*, na terminologia de Bourdieu, *uma espécie de propriedade, força física, riqueza, valor guerreiro, que, percebida por agentes sociais dotados das características de percepção e de apreciação permitindo percebê-la, conhecê-la e reconhecê-la, se torna simbolicamente eficaz, como uma força mágica: uma propriedade que, por responder a expectativas colectivas, socialmente constituídas, a crenças, exerce uma espécie de acção à distância, sem contacto físico*. Bourdieu esclarece que *o capital simbólico é comum a todos os membros de um grupo...e é ao mesmo tempo o instrumento e o objecto em jogo de estratégias colectivas visando conservá-lo ou aumentá-lo e de estratégias individuais visando adquiri-lo ou conservá-lo, por meio de associação com os grupos dele*

⁷² Carta de Marcel Duchamp a Jean Crotti (17 de Agosto de 1952).

dotados e distinguindo-se dos grupos poucos dotados ou desprovidos, concluindo: A distribuição do capital simbólico tende a apresentar uma estabilidade muito grande, porque as estruturas de percepção e de apreciação são, no essencial, o produto da incorporação das estruturas objectivas. As revoluções simbólicas supõem uma revolução mais ou menos radical dos instrumentos de conhecimento e das categorias de percepção.

Para Duchamp o significado da obra de arte tem de ser criado pelo espectador, e tanto o significado como o valor da obra de arte dependem da relação que o objecto estabelece com a obra do artista enquanto corpo orgânico. A *boîte-en-valise* explicita esta determinação do valor ao demonstrar a relação entre as obras de Duchamp. O ready-made aborda a questão do valor através do problema da autoria e legitimação. O recurso a múltiplos e a cópias, que fabrica de forma meticulosa e trabalho-intensiva, serve para Duchamp mostrar que para o valor da obra a noção de original é irrelevante. Judovitz (1998) esclarece *Duchamp redefines art by questioning its conditions of production*. Na era da reprodutibilidade técnica, o objecto reproduzido obedece à lógica do *infra-thin* de Duchamp, a diferença infinitesimal criada pela repetição.

THE NOTARY OF MODERNITY

A radicalidade da contribuição de Duchamp para a questão do valor consiste na afirmação, feita pelo ready-made, que o valor é criado pela troca simbólica, e que dispensa o objecto original. A obra de arte perde a sua autonomia, e pertence em igual medida ao espectador e ao artista. O intervalo *infra-thin* que separa o original da reprodução obriga a pensar a arte de uma forma nova, ao questionar a noção clássica de valor.

Pierre Cabanne. If someone offered you a hundred thousand dollars to do a painting?

Marcel Duchamp. Oh, no! Nothing doing! During a talk in London, I answered questions for two hours. I was asked, "If you were offered a hundred thousand dollars, would you accept?" I told them the story about New York, in 1916, when Knoedler, after seeing the "Nude Descending a Staircase," had offered me ten thousand dollars a year, for my entire production, naturally. I said no, and I wasn't rich, either. I could have very well accepted ten thousand dollars, but no. I sensed the danger right away. I had been able to avoid it until then. In 1915-16, I was twenty-nine, so I was old enough to protect myself⁷³.

⁷³ Cabanne, Pierre (1987), *Dialogues with Marcel Duchamp*, Da Capo Press, Cambridge, p.106

BIBLIOGRAFIA

- Abbott, Susan (1994), *Corporate Art Consulting*, Allwort Press, New York
- Ades, Dawn, N. Cox, D. Hopkins (1999), *Marcel Duchamp*, Thames and Hudson, London
- Adorno, Theodor (2008), *The Culture Industry*, Routledge, Abingdon
- Adorno, Theodor (2001), *Minima Moralia*, Edições 70, Lisboa
- Adorno, Theodor et al (2007), *Aesthetics and Politics*, Verso, London
- Adorno, Theodor (2003), *Experiência e Criação Estética*, Edições 70, Lisboa
- Almeida, Bernardo (1996), *O Plano de Imagem*, Assírio & Alvim, Lisboa
- Almeida, Bernardo (2008), *A Vontade de Representação*, Campo das Letras, Porto
- Almeida, Bernardo (2002), *Transição: Ciclopes, Mutantes, Apolcalípticos: a nova paisagem artística no final do século XX*, Assírio & Alvim, Lisboa
- Armin Zweite (2006) *Francis Bacon. The Violence of the Real*, Thames & Hudson, London
- Barthes, Roland (2009), *O óbvio e o obtuso*, Edições 70, Lisboa
- Baudelaire, Charles (2006), *A Invenção da Modernidade (Sobre Arte, Literatura e Música)*, Relógio D'Água, Lisboa
- Beckett, Samuel (1998), *Waiting for Godot: A Tragicomedy in Two Acts*, Faber and Faber, London
- Benhamou-Huet, Judith (2001), *The Worth of Art: Pricing the Priceless*, Assouline, New York
- Benjamin, Walter (1992), *Sobre Arte, Técnica, Linguagem e Poética*, Relógio D'Água, Lisboa
- Bloom, Harold (1997), *The Anxiety of Influence*, Oxford University Press, Oxford
- Bourdieu, Pierre (2001), *Razões Práticas: Sobre a Teoria da Acção*, Celta Editora, Oeiras
- Brettell, Richard (1999), *Modern Art 1851-1929*, Oxford University Press, Oxford
- Buck, Louisa and Green, Judith (2006), *Owning Art*, Cultureshock Media Ltd, London
- Buskirk, Martha e Nixon, Mignon (1996), *The Duchamp Effect*, The MIT Press, Cambridge
- Cabanne, Pierre (1987), *Dialogues with Marcel Duchamp*, Da Capo Press, Cambridge
- Chanin, Eileen (1990), *Collecting Art: Masterpieces, Markets and Money*, Craftsman House, Roseville

- Cook, Deborah (1996), *The Culture Industry Revisited*, Rowan & Littlefield Publishers, Oxford
- Cowen, Tyler (2006), *Good and Plenty: The Creative Successes of American Arts Funding*, Princeton University Press, New Jersey
- Cowen, Tyler, and A. Tabarrok (2000) "An Economic Theory of Avant-Garde and Popular Art, or High and Low Culture" *Southern Economic Journal* Vol.67, No.2: 232-253.
- Cros, Caroline (2006), *Marcel Duchamp*, Reaktion Books, London
- Debord, Guy (2005), *Society of the Spectacle*, Black & Red, Detroit
- Deleuze, Gilles and Guattari, Félix (2007), *Mil Planaltos: Capitalismo e Esquizofrenia 2*, Assírio & Alvim, Lisboa
- Deleuze, Gilles (2008), *Francis Bacon: The Logic of Sensation*, Continuum, London
- De Duve, Thierry (1991), *Pictorial Nominalism: On Marcel Duchamp's Passage From Painting to the Readymade*, University of Minnesota Press, Minneapolis
- De Duve, Thierry (1992) *The Definitively Unfinished Marcel Duchamp*, The MIT Press, Cambridge
- De Duve, Thierry (1996), *Kant After Duchamp*, The MIT Press, Cambridge
- Demos, T.J. (2007), *The Exiles of Marcel Duchamp*, The MIT Press, Cambridge
- Dickie, George (2001), *Art and Value*, Blackwell Publishers, Oxford
- Dickie, George (2008), *Introdução à Estética*, Bizâncio, Lisboa
- Diederichsen, Diedrich (2008), *On (Surplus) Value In Art*, Witte de With, Rotterdam
- Esquenazi, Jean-Pierre (2006), *Sociologia dos Públicos*, Porto Editora, Porto
- Foucault, Michel (2006), *O que é um Autor?*, Vega, Lisboa
- Frank, Thomas (2005), *One Market Under God: Extreme Capitalism, Market Populism, and the End of Economic Democracy*, Random House, New York
- Frey, Bruno (2003), *Arts & Economics: Analysis & Cultural Policy*, Springer, Heidelberg
- Gale, Matthew e Stephens, Chris (2008) *Francis Bacon*, Tate, London
- Ginsburgh, Victor and Throsby, David (2009), *Handbook of The Economic of Art and Culture*, North-Holland, Amsterdam
- Goodyear, Anne (2009), *Inventing Marcel Duchamp: The Dynamics of Portraiture*, The MIT Press, Cambridge

- Heidegger, Martin (2008), *A Origem da Obra de Arte*, Edições 70, Lisboa
- Huisam, Denis (2008), *A Estética*, Edições 70, Lisboa
- Hutter, Michael and Throsby, David (2008), *Beyond Price: Value in Culture, Economics and the Arts*, Cambridge University Press, Cambridge
- Jameson, Frederic (2008), *Postmodernism: or, the Cultural Logic of Late Capitalism*, Verso, London
- Johnson, Paul (2003) *Art, A New History*, Weidenfeld & Nicolson, London
- Jones, Amelia (1994), *Postmodernism and the En-gendering of Marcel Duchamp*, Cambridge University Press, Cambridge
- Judovitz, Dalia (1998), *Unpacking Duchamp: art in transit*, University of California Press, Berkeley
- Kemal, Salim and Gaskell, Ivan (1993), *Explanation and value in the arts*, Cambridge University Press, Cambridge
- Kuenzli, Rudolf and Naumann, Francis (1996), *Marcel Duchamp: Artist of the Century*, The MIT Press, Cambridge
- Masheck, Joseph (2002), *Marcel Duchamp in Perspective*, Da Capo Press, Cambridge
- Marquis, Alice (2002), *Marcel Duchamp: The Bachelor Stripped Bare*, MFA Publications, Boston
- McAndrew, Clare (2010), *Fine Art and High Finance: Expert Advice on the Economics of Ownership*, Bloomberg Press, New York
- McNulty, Tom (2006), *Art Market Research: A Guide to Methods and Sources*, McFarland & Company, Jefferson
- Merleau-Ponty (2006), *O Olho e o Espírito*, Vega, Lisboa
- Moure, Gloria (2009), *Marcel Duchamp: Works, Writings, Interviews*, Ediciones Polígrafa, Barcelona
- Naumann, Francis and Obalk, Hector (2000), *Affectionately, Marcel: the selected correspondence of Marcel Duchamp*, Ludion, Ghent
- Ortega Y Gasset, José (2003), *A Desumanização da Arte e outros Ensaios de Estética*, Almedina, Coimbra
- Panofsky, Erwin (1999), *A Perspectiva Como Forma Simbólica*, Edições 70, Lisboa
- Paz, Octavio (1990), *Marcel Duchamp: Appearance Stripped Bare*, First Arcade, New York

- Renoir, Jean (2001), *Renoir, My Father*, New York Review Book, New York
- Rilke, Rainer (2002), *Letters On Cézanne*, North Point Press, New York
- Robertson, Iain and Chong, Derrick (2008), *The Art Business*, Routledge, Abingdon
- Robertson, Iain (2005), *Understanding International Art Markets and Management*, Routledge, Abingdon
- Roth, Moira (1998), *Difference/Indifference: Musing on Postmodernism, Marcel Duchamp and John Cage*, G+B Arts International, Amsterdam
- Rothko, Mark (2006), *Writings On Art*, Yale University Press, New Haven
- Rothko, Mark (2004), *The Artist's Reality: Philosophies of Art*, Yale University Press, New Haven
- Rubin, James (1995) *Manet's Silence and the Politics of Bouquets*, Harvard University Press, Cambridge
- Ruth Thowse (2003), *A Handbook of Cultural Economics*, Edward Elgar, Cheltenham
- Sanouillet, Michel and Peterson, Elmer (1989), *The Writings of Marcel Duchamp*, Da Capo Press, Cambridge
- Seipel, Steffen e Vitali (2004) *Francis Bacon and the Tradition of Art*, Skira, Italy
- Serra, Richard (1994), *Writings Interviews*, The University of Chicago Press, Chicago
- Stam, Deidre (1993) "The Informed Muse: The Implications of 'The New Museology' for Museum Practice" *Museum Management and Curatorship* 12, 267-283
- Strouton, James (2007), *Great Collectors of Our Time: Art Collecting Since 1945*, Scala, London
- Sylvester, David (2007), *Interviews With Francis Bacon*, Thames & Hudson, London
- The Price of Everything... Perspectives on the Art Market*, (2007), Whitney Museum of American Art, New York
- Velthuis, Olav (2005), *Imaginary Economics: Contemporary Artists and the World of Big Money*, NAI Publishers, Rotterdam
- Velthuis, Olav (2007), *Talking Prices, Symbolic Meaning of Prices on the Market for Contemporary Art*, Princeton University Press, New Jersey