



Love for sale

Love for sale

Love for sale

Adrienne de Oliveira Firmo

Doutora pela FAU-USP,

Membro do Grupo Museu/ Patrimônio, São Paulo, Brasil.

adriennefirmo@usp.br

Resumo

O artigo apresenta questionamentos quanto à autonomia do campo museal diante da financeirização da cultura no espaço social contemporâneo.

Palavras-Chave: Museu. Arte. Cultura. Financiamento. Autonomia.

Resumen

El artículo presenta cuestionamientos en cuanto a la autonomía del campo museal ante la financiarización de la cultura en el espacio social contemporáneo.

Palabras-Clave: Museo. Arte. Cultura. Financiamiento. Autonomía.

Abstract

The present article questions the autonomy of the museological field with regard to the financialization of the culture in the contemporary social space.

Keywords: Museum. Art. Culture. Financing. Autonomy.

OLD LOVE, NEW LOVE, BUT TRUE LOVE¹

[...] à semelhança de qualquer amor, o amor pela arte sente repugnância em reconhecer suas origens e, relativamente às condições e condicionamentos comuns, prefere, feitas as contas os casos singulares que se deixam sempre interpretar como predestinação.

Pierre Bourdieu e Alain Darbel

Em 1930, quando os EUA saíam do período de abundância pós-primeira guerra e ingressavam na Grande Depressão, Cole Porter e Herbert Fields apresentavam à Broadway o musical *The New Yorkers*, inspirado nos *cartoons* de Peter Arno. O espetáculo criticava e expunha com humor e picardia a relação amorosa entre a elite nova-iorquina e o gangsterismo da venda ilegal de bebidas alcoólicas, bem como seus esbarrões na vida das gentes desfavorecidas, expondo os brindes celebratórios às prodigalidades do dinheiro e, com crueza escandalosa, o poder de compra, inclusive, dos corpos e espíritos. O momento de crise, se por um lado levou a elite a perdas financeiras com a queda da Bolsa de Valores e ao desemprego da população,

¹ *The New Yorkers*, Cole Porter.

proporcionou o investimento na diversificação dos valores simbólicos, exemplo disso é a criação do Museu de Arte Moderna/MoMA, em 1929, e o surgimento de um novo tipo de museu, voltado à produção de arte moderna e à atuação internacional nos anos seguintes.

No Brasil, a queda dos preços do café transformou as feições da aristocracia nacional que passou a investir no setor industrial, levando ao crescimento e modernização econômica e cultural da capital paulista, proporcionando, duas décadas depois, a fundação dos museus de Arte de São Paulo/MASP (1947) e de Arte Moderna/MAM-SP (1948) e da Bienal Internacional de São Paulo (1951).

Nesta breve introdução, chamam a atenção, e é o que se pretende discutir neste artigo, as relações entre a posse do capital financeiro e o espaço² social cultural – especialmente o museu e instituições equivalentes –, campos,³ relativamente autônomos, que, por determinados interesses e movimentos, acabam por se entrelaçar, implicando-se mutuamente. Não se trata de equalizar ou equivaler diferentes instituições, detentoras cada uma de funcionamentos próprios, singularidades de procedimentos e observância a diferentes legislações em seus países, ou fazer comparações entre os modos de financiamento, mentalidades e traços histórico-culturais entre Brasil e EUA, mas que a referência sirva para traçar paralelos ou metáforas quanto a situações de crise econômico-social. São, portanto, reconhecidas as diferenças entre os fundos de subsídio, o patronato nos EUA, financiamento por institutos e fortunas apoiados por aparato estatal de fuga de impostos (Wu, 2016, 28);

² Espaço aqui entendido conforme o define Milton Santos (1926-2001), como um conjunto indissociável de sistemas de objetos e sistemas de ações em interações solidárias e contraditórias, ou seja, a relação entre forças materiais e imateriais, as formas e a vida que as anima, as coisas e seus modos de produção. Ver entre as obras de Milton Santos. *Por uma geografia nova; A natureza do espaço; O espaço do cidadão*.

³ Noção proposta por Pierre Bourdieu (1930-2002) que caracteriza a autonomia relativa de certo domínio de concorrência e disputa interna de um espaço social de práticas específicas – cultural, econômico, intelectual, científico, jornalístico, educacional, entre outros –, no qual são determinadas as posições dos agentes e no qual são reveladas aquelas detentoras de maior volume de capital e as pluralidades de suas possíveis configurações e funcionamentos próprios. Havendo entre os campos, apesar de suas particularidades, correlações estruturais, as lutas concorrenciais por poder, no campo cultural, seriam elas as disputas por legitimidade, autoridade e interpretação. Ver textos referenciados de Pierre Bourdieu.

no Brasil, museus e exposições, por sua vez, são mantidos, sobretudo, por meio de leis de isenção fiscal⁴ ou pequenos aportes privados, que requerem contrapartidas em favor dos patrocinadores, fazendo com que museus e exposições funcionem como instâncias de *marketing* ou propaganda e seus trabalhos como lastro ao investimento privado, movendo, assim, seus espaços de ação. Circunstância esta aferida pela preferência por mostras que atraiam grande público e garantam visibilidade ao anunciante em detrimento do custeio de outras atividades essenciais ao funcionamento e finalidade das instituições,⁵ tornando-as vulneráveis tanto financeiramente quanto à congratulação ou desagrado da opinião pública, norteadora dos subsídios econômicos.⁶

Este quase um século que separa a sociedade atual daquela das primeiras décadas do século XX conduziu a um aprimoramento tal da produção de capital e financeirização da vida, sobretudo após os avanços do liberalismo, desde os anos 1980, que já não se pode falar de cultura sem vê-la como um dos espaços em que a especulação financeira obtém ganhos. Portanto, atualmente, questionamentos quanto a procedimentos relativos à esfera cultural museu, requerem também tocar em consequências econômicas que vão além de modalidade, origem e gerenciamento de recursos. É preciso perguntar sobre quais implicações e comprometimentos seu financiamento lhe exigem, quais os atores e os papéis desempenhados nas disputas por

⁴ Desde 1986, com a criação da Lei Sarney (Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986), suspensa, em 1990, e substituída pela Lei Rouanet, em 1991 (Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991).

⁵ Como constituição de coleção, sua salvaguarda, pesquisa e extroversão, também, definição e cumprimento da missão institucional.

⁶ O favorecimento a eventos de grande visibilidade pode ser verificado nos comparativos gerais disponíveis em consulta pública no Sistema de Apoio às Leis de Incentivo à Cultura/Salic. Em 2015, sob a alínea Artes Visuais, foram contemplados com patrocínio chamado mecenato 533 projetos, deste total, 473 para exposições, 32 para projetos educativos, um para doação de acervo e quatro para inciso geral denominado artes plásticas. Em 2006, foram 357 projetos totais, 290 exposições, 34 para educativos, nenhum para doação de acervo, quatro para artes plásticas e um para formação profissional. Sobre o assunto ver da autora os capítulos terceiro e quarto da tese de doutorado.

autonomia e legitimidade. Perguntas essas que não podem perder de vista o horizonte social no qual se inscrevem as instituições.⁷

Assim, que dizer hoje sobre o portento da elite financeira nacional legitimada de si e para si a ponto de ver glorificada a aquisição de materialidades e espíritos por meio do propagandeamento de suas ações culturais e sociais? Em que ponto da história passamos do escândalo diante da comercialização dos corpos à celebração do comércio do espírito?

As relações entre capital financeiro e nobiliárquico e o universo cultural não são novidade alguma, a história dos museus modernos conta sua formação a partir de coleções privadas desde o século XVII, como as doações de Grimani a Veneza ou a da coleção John Tradescant à Universidade de Oxford, por Elias Ashmolen, assim, desde suas origens tais vínculos aparecem como imperiosos, uma vez que a possibilidade de reunião de objetos que excedam a utilidade prática e satisfação material dependem tanto da possibilidade de desprendimento financeiro quanto do poder de seleção e ostentação daquilo que agrada.

José Carlos Durand (1941), em *Arte, privilégio e distinção*, examina numa abordagem sociológica essa associação na história brasileira, desde o período imperial aos anos 1980. A epígrafe emblemática do livro apresenta o relato de Anita Malfatti sobre a caixinha anônima de auxílio financeiro disponível no ateliê frequentado por ela na Broadway nova iorquina, nos

⁷ Em consulta ao sistema Salic, nos anos de 2015 e 2016, entre os dez maiores incentivadores da cultura, oito são do setor financeiro, tendo feito os maiores aportes na área de museus e exposições.

Referenciais são os casos do Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand/MASP e do Museu de Arte Moderna de São Paulo/MAM-SP, ambos têm como maior patrocinadora instituição financeira, detentora de coleção de arte, de centro cultural, também colecionador, coleções às quais juntam-se as de membros proeminentes das famílias controladora do banco, nas quais encontram-se, inclusive dirigentes e conselheiros de ambos museus. Para o período de 2015, o MASP figura como o terceiro maior beneficiário de leis de incentivo, sendo este mesmo banco, cujo presidente preside também o conselho do museu, seu maior patrocinador. Quanto ao MAM-SP, no mesmo período, fica com o 12º lugar no recebimento de benefícios, tendo o mesmo banco como apoiador e a vice-presidente de sua *holding* controladora como presidente. Números podem ser conferidos no sistema Salic em Fontes.

anos 1915 e 16. Segundo o autor, uma vez que o pesquisador adentrasse o ateliê, extasiaria-se diante dos cavaletes “ao ponto de não ver a caixinha ‘mágica’ nem suas ‘forças ocultas’, tornando-se míope para os vínculos entre arte, poder e riqueza aí implícitos.”.

A compreensão da conexão entre estas esferas exige a observação da conveniência das maneiras como se presentifica, ora ostensiva e encomiástica, ora obscurecida ou disfarçada, ora numa combinação ao mesmo tempo obliterante e reveladora de alguns de seus aspectos, como no caso do “bolsinho imperial” cuja ênfase narrativa recai sobre a generosidade de D. Pedro II, enquanto oculta a ninharia gasta com estudantes no país e no exterior, se comparada aos gastos da família real, que, de um orçamento de 820 contos, controlado diretamente pelo imperador, dispndia apenas 6% com protegidos que se escolarizavam, sendo que para bolsistas no exterior a parcela chegava a parcos 0,5% (Durand, 1989, 26).

Entre as iniciativas beneficentes e a formação de um aparato cultural de acesso público, situam-se outros dois círculos de interesse: a formação das classes menos abastadas, seja para sua culturação seja para desenvolvimento de mão de obra, e o incremento do mercado de bens culturais. A aproximação entre os campos financeiros e culturais tende a maior estreitamento conforme aprimoram-se tanto o aparelhamento estatal, os interesses político-sociais dos detentores do capital, quanto os anseios por bens simbólicos por parte da população (Bourdieu, 2003).

Durand, ao traçar um quadro histórico e sociológico desses comprometimentos, distingue e identifica os diversos atores e as pretensões que lhes são compatíveis, como os interesses relativos à industrialização, à formação para o trabalho e para as mídias e redes de comunicação ou à profissionalização, especialização e instrumentalização do campo artístico e museal.

Segundo Hans Heinz Holz (1927-2011), em *De la obra de arte ao mercado*, sob uma ótica kantiana o desinteresse seria uma atitude estética que encobriria

um interesse material efetivo, de maneira que a arte não pode ser imaginada como destituída de finalidade social, por mais que tais objetivos estejam escondidos, portando, uma dialética que lhe é própria, a dialética da obra de arte. Além disso, sua secularização acrescentou-lhe algo, converteu-a em mercadoria, fazendo com que seu preço forme parte de seu valor representativo, a ponto de, muitas vezes, a obra não ter outro valor que não o de ser possuída (Heinz Holz, 1979, 11-22), dessa forma, a

[...] obra de arte é coisificada no momento em que se torna mercadoria, em lugar de atuar como expressão de relações humanas [...] a submissão da obra de arte ao mecanismo de mercado de mercadorias comporta sua irremissível entrega aos mercadores. (Heinz Holz, 1979, 24 [tradução da autora]).

Após o desaparecimento da função ritual da arte em razão de tornar-se conteúdo de informação ou em razão da estrutura de reflexão que lhe corresponde, poderia ter sido chamada a atuar como meio essencial para a formação de consciência de uma opinião pública democrática e momento de humanização do mundo, sua desnaturalização como mercadoria não pode ocupar esta posição na sociedade. Foi, então, convertida em emblema das circunstâncias capitalistas da sociedade, em seu adorno e hipóstasis, coincidindo com o aparecimento de uma rede vária de atores e agentes que fez romper o contato entre arte e público e permite que, em seu lugar, entrem os eventos que degradam o receptor a mero consumidor (Heinz Holz, 1979, 25). Dessa forma, o que se chama crise da arte não seria apenas de linguagem, mas da sociedade, a qual não pode conceder à arte outro espaço que o de mercadoria, portanto, a solução dessa crise é política e não artística, pois responde a uma sociedade que roubou seu sentido, que a mercantilizou e privatizou ao mesmo tempo em que estetizou os bens de consumo (Heinz Holz, 1979, 31).

Se a obra foi tornada bem de consumo e pelo colecionismo perdeu sua função pública, o museu a arrancaria do mecanismo do mercado para uma instância na qual não seria considerada como mercadoria, mas como objeto de

contemplação ou possível meio de reflexão. Mas o museu, por sua vez, está também submetido às leis do mercado,

[...] paga suas aquisições a preços usuais no mercado e, enquanto comprador, influencia ao mesmo tempo o valor de mercado do artista. O museu em sua qualidade de sócio do artista não pode revelar o caráter privado de sua produção, porém, dada sua posição híbrida, pode compensar-lhe parcialmente da perda na relação pública e dispensar um cordial acolhimento à produção privada como uma apropriação pública. (Heinz Holz, 1979, 98 [tradução da autora]).

Conforme Heinz Holz, objeções puristas argumentam que o museu se converteria em instrumento de manipulação, tendo em conta que converteria o reflexo ideológico da produção privada em conteúdo normativo para a formação da opinião pública. Mas, apesar de haver correteza nessa alegação, os procedimentos dos quadros do museu e sua política podem levar a atuações que não sejam manipulativas, portanto, são questões a serem sanadas pela prática museal.

O fato de os museus de arte moderna se encontrarem em um alto grau de contradição, que é uma reprodução da contradição entre a intenção crítica da arte e sua superditação (*em semiótica, dois significados aproximados; duas coisas em uma*) às leis do fetichismo da mercadoria, não implica, todavia, sua falta de importância. (Heinz Holz, 1979, 98 [tradução e parêntesis da autora]).

Assim, o museu não se converte em uma instituição cultural obsoleta, mas cumpre uma tarefa pública democrática da cultura, ao se dar conta dela e a exercendo. Dessa forma o amor pela arte, representado na instituição museu, seus patronos, seus funcionários e seu público, tem se apresentado como um exercício e empreendimento que envolve forças de distintos campos no espaço social, o artístico-cultural, o estatal, o econômico e o midiático.

No Brasil, a partir dos anos 1990, com a criação das leis de incentivo fiscal, mais especificamente a Lei Rouanet, de 1991, e a ascensão do liberalismo no campo econômico e, por conseguinte, na administração cultural, as relações entre arte, especialmente quanto aos museus, ganharam contornos singulares. Se, por um lado, sobretudo a partir de sua identificação como bem coletivo, os mecanismos estatais ou instituições de interesse público, passaram, ao longo

do século XX por aperfeiçoamentos técnicos e de pessoal, por outro, as intervenções do capital financeiro e interesses privados encontraram novas fórmulas de apoderamento desse campo cultural.

O encontro do sentido dos museus no espaço público, além de sua melhoria técnica, proporcionou o desenvolvimento de um conjunto de pensamentos teóricos, conceituais e éticos, bem como a instituição de conselhos e comitês de atuação internacional e conjunta, que têm como finalidade discutir, organizar e compreender seu funcionamento e papel social, como o *International Council of Museums/ICOM* (Conselho Internacional de Museus), criado em 1946. Na segunda metade do século XX destacam-se os movimentos ligados à Nova Museologia⁸ e os esforços contínuos dos profissionais da área na redação de um Código de Ética e vocabulário que promovam o aperfeiçoamento do campo museal. Segundo o documento reconhecido como de maior orientação neste sentido, o Código de Ética do ICOM:

1.1. Constituição Constitucional, missão, permanência, caráter não lucrativo: missões, objetivos e políticas institucionais) dá-se a profissionalização dos funcionários e pesquisadores baseada nesses valores morais e éticos – atualmente passa-se novamente para a privatização das tomadas de decisão acerca dos bens culturais – retirada do espaço do estado, liberalização e uso – mas não por meio do dinheiro próprio, mas de projetos de isenção fiscal. Afastamento da equipe profissional e eticamente orientada para o bem público e ascensão de técnicos e/ou intelligentsia favorável (Ver carta de ética do Icom – Recursos Humanos, 1.12: qualidades intelectuais, conhecimentos técnicos e conduta ética do mais alto rigor – e também Recursos Fianceiros, 1.10: Política de geração de receitas: independente da origem dos fundos o museu deve manter o controle sobre o conteúdo e integridade de seus programas, exposições e atividades desenvolvidas para gerar receitas não devem contrariar as normas da instituição ou prejudicar seu público). (ICOM, Conferência Geral 2007; Código de Ética lusófono III, 2009)

⁸ Movimento de profissionalização museológica, tem sua primeira expressão pública em 1972, na Mesa-Redonda de Santiago do Chile, organizada pelo ICOM, a fim de debater a função social dos museus e o caráter global de suas intervenções. Sua formalização se dá, em 1984, na Declaração de Quebec, pelo Movimento Internacional para uma Nova Museologia, ao propor a revisão das funções e papel dos museus e instituições de arte na sociedade, por meio da profissionalização em arte, racionalização das funções, dos compromissos, objetivos, metodologias e práticas. Seus expoentes teóricos são André Desvallés e Peter Vergo.

Em 1969, Pierre Bourdieu e Alain Darbel (1932-1975) publicaram, sob o título de *Amor pela arte – os museus de arte na Europa e seu público*, a metodologia e os resultados de uma ampla pesquisa sobre os visitantes dessas instituições europeias, a fim de que se tornassem melhor conhecido, recebido e representado nas instituições. Nos anos que seguiram, passando por inúmeras vertentes museológicas, deu-se o crescente esforço de profissionalização dos quadros dos museus e as transformações técnicas e políticas quanto à compreensão de suas funções na sociedade, mormente, diante de um horizonte de democratização tanto do acesso público quanto ao acolhimento das questões de interesse social.

Concomitantemente, intensifica-se o sucesso de mídia e público de feiras,⁹ que ganham ares de exposição e de evento esclarecedor do que vem a ser arte, com palestras, cursos, mostras de obras (supostamente ou naquele momento) *hors commerce*, ganhando ares de museu. Fica a pergunta sobre os mecanismos encontrados pelo mercado na equiparação e equivalência no caso das artes entre si e a instância cultural, ao tomar para si o amor pela arte descrito por Bourdieu e Darbel como parte dos anseios sociais que conduzem o público aos museus. Ao mesmo tempo em que aparelha os próprios museus com certos quadros, sobretudo de administradores e conselheiros, partilhados entre museu e financismo, atuantes, inclusive não em museus específicos mas na rede em que operam.

Desse modo, a compreensão do complexo intercâmbio que mantém as instituições museais em funcionamento – como leis de isenção fiscal, interesses político-econômico-sociais, exercício massivo dos mesmos agentes no museu e no mercado, profissionalização dos quadros, entre outros – parece representar a saída da inocência para a idade da razão, contudo não para uma razão esclarecida, mas para uma razão cínica pautada pelo crescimento da influência privada nos museus encoberta ou dourada pelo avanço das noções

⁹ Como as brasileiras SP-Arte e ArtRio ou as internacionais Art Basel e Frieze.

de responsabilidade social empresarial que no fundo tem se convertido numa desfaçatez social, pois ainda que algum benefício possa trazer, transformam o campo a fim de operar não apenas com prestígio, mas com lucro.

Quanto à autonomia da arte e sua total independência do mundo real, tão cara ao modernismo, vê-se questionada em um número crescente de exposições, realizadas nos próprios museus, em que obras dos mais variados períodos e movimentos artísticos, documentos, textos e os mais diversos objetos, de etnográficos a cotidianos, são exibidos em equivalência, muitas vezes em cenários mais próximos a espetáculos, realizando a fetichização, ou seja a operação mercadológica que dispõe arte e não arte na mesma categoria ampliando o sistema de objetos¹⁰ sobre os quais o interesse e o *marketing* podem se lançar, fazendo do museu espaço de criação de demanda e lastro: se, por um lado, o consumo na atualidade é pautado mais pela propaganda que pela necessidade, numa criação artificial de demandas, ora, é oferta e demanda que orientam o valor de compra, os museus funcionam como propaganda do que se deve demandar como arte. Por outro lado, a confusão na obra entre valor simbólico e valor econômico (sua transformação assumida em investimento financeiro) a torna uma moeda que carece de lastro, o lastro se dá, então, no museu (ou centro expositivo e colecionista privado, que adota aparência de museu), que garante, como o tesouro nacional garante a moeda de um país, sua estabilidade enquanto capital, condição que o coloca sob a suspeita de desvio de função – sob a máscara de função social, opera função de mercado.

Portanto a discussão aqui não é exatamente de ordem intelectual, sobre a autonomia e/ou fetichização da arte, mas de ordem ética. Não de ordem estética, mas da estratégia dos museus, do tratamento dessas instituições tanto pelo poder público, uma vez que é a liberalidade acerca da autonomia

10 Conjunto indissociável de unidades de funções e forças materiais e simbólicas. Sobre assunto, ver: Jean Baudrillard. O sistema de objetos; Milton Santos. A natureza do espaço.

dos museus que permite o ingresso legal do interesse privado em seu campo, o do interesse público – mas será ético? Quem zela por isso? A sociedade civil seria instância de inspeção legítima, contudo estaria ela disposta a esta função ou quedaria ela também disposta a fechar os olhos para os bastidores do espetáculo gozoso de que pretende desfrutar?

Assim observados museus e instituições congêneres, passam de complexos culturais a complexos financeiros, ao se verem orientados por agentes que extrapolam seu campo de atuação, da esfera econômico-empresarial, deixam de ser patrocinadores para ocupar o lugar de orientadores e gestores, imiscuem-se os interesses, o museu como espaço em que essa mistura ocorre, passa a dar suporte à especulação econômica e garantia de vantagem, portanto, gera lucro, que é desvirtuação de sua função social não lucrativa, fragilizando-o como bem de reconhecimento social e comunitário, expondo-o e a suas ações à incompreensão e ataques públicos em diferentes âmbitos: desde o financiamento à programação e exibição.¹¹

Portanto, se os museus surgiram e foram mantidos sob relações íntimas com o poder simbólico e financeiro, ao longo do século XX alcançaram autonomia suficiente, por meio da profissionalização de seus quadros e do reconhecimento de sua função social (lutas democráticas, relação com as universidades – produção e pesquisa – atuação política dos artistas, pesquisadores e educadores). Internacionalmente, a partir dos anos 1980, e dos 1990 no Brasil, com os avanços do liberalismo econômico, são novamente incorporados aos setores financeiros, se antes garantiam prestígio nominalmente a indivíduos ou famílias de patronos, tornam-se vitrines e propagandas de grandes corporações comerciais e monetárias.¹²

¹¹ São emblemáticos dessa fragilidade, debitada ao financismo e ao desvio de função, os recentes casos midiáticos em que a programação cultural e as leis de incentivo são deslegitimadas e hostilizadas por grupos sociais e de comunicação.

¹² Sobre o assunto, em âmbito internacional, ver: Chin-Tao Wu. *Privatização da cultura: a intervenção corporativa na arte desde os anos 80*.

Nessas condições, a arte hoje experimenta um caso de amor sob a suspeita da pergunta se o amor que leva o aporte financeiro ao museu é afeto genuíno ou o cínico *affair* de rua, em que os envolvidos almejam conquistar satisfações inconfessáveis – um, busca a saciedade (o mercado), e outro, a sobrevivência (o museu). Contudo, apenas uma das partes dessa relação corre o risco de receber estigmas sociais.

BIBLIOGRAFIA CITADA

- BAUDRILLARD, Jean. O sistema de objetos. São Paulo: Perspectiva, 2012 [1968].
- BOURDIEU, Pierre. Campo de poder, campo intelectual. Buenos Aires: Folios, 1983.
- _____. O poder simbólico. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.
- _____. Razões práticas: sobre a teoria da ação. Campinas: Papyrus, 1996 [1994].
- _____. e Darbel, Alain. O amor pela arte: os museus de arte na Europa e seu público. São Paulo: Edusp/ Zouk, 2003 [1969].
- DURAND, José Carlos. Arte, privilégio e distinção: artes plásticas, arquitetura e classe dirigente no Brasil, 1885/1985. São Paulo: Perspectiva/ Edusp, 1989.
- FIRMO, Adrienne de Oliveira. Exposições de arte brasileira: um estudo de exposições como meio para a compreensão dos fundamentos e da recepção da arte contemporânea. São Paulo: Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo, 2017. (Tese de doutorado).
- HEINZ HOLZ, Hans. De la obra de arte a la mercancia. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1979 [1972].
- SANTOS, Milton. O espaço do cidadão. São Paulo: Edusp, 2007 [1987].
- _____. A natureza do espaço. São Paulo: Edusp, 2009 [1996].
- _____. Por uma geografia nova. São Paulo: Edusp, 2012 [1978].
- WU, Chin-Tao. Privatização da cultura: a intervenção corporativa na arte desde os anos 80. São Paulo: Boitempo, 2006.

Fontes eletrônicas e sites

Sistema de Apoio às Leis de Incentivo à Cultura. Dados disponíveis em:
<http://sistemas.cultura.gov.br/salicnet/Salicnet/Salicnet.php#>. Acesso em 1 fev. 2017