

Rachel Vallego*

A presença da Galeria Collectio no mercado de arte brasileiro durante a década de 1970.

The presence of the Collectio Gallery on the Brazilian art market during the 1970s.

palavras-chave:
Galeria Collectio;
mercado de arte;
modernismo

Este primeiro estudo pretende resgatar a história da galeria Collectio por meio de seu posicionamento na mídia, em anúncios publicitários, reportagens ou entrevistas publicadas na imprensa brasileira entre 1970 e 1973, o que nos permitirá um ponto de vista privilegiado do crescimento do mercado de arte brasileiro. A trajetória da galeria seria marcada por uma ação intensa e impacto profundo no crescimento visto naqueles anos, especialmente no que diz respeito aos leilões de arte moderna, em que esteve particularmente engajada. O artigo oferece uma avaliação do crescimento do mercado de arte na década de 1970, pontuando em paralelo o processo de consagração do modernismo brasileiro.

keywords:
Collectio Gallery;
art market;
modernism

This first study intends to rescue the history of the Collectio Gallery by analyzing its position in the media, in advertisements, reports or interviews published in the Brazilian press between 1970 and 1973, which will allow us a privileged view of the Brazilian art market growth. Its brief trajectory would be marked by an intense action and profound impact on the growth seen in those years, especially regarding the modern art auctions, in which it was particularly engaged. The article offers an evaluation of the art market growth in the 1970s, observing in parallel the process of consecration of Brazilian modernism.

* Universidade de São Paulo
[USP].

A presença da Galeria Collectio no mercado de arte brasileiro durante a década de 1970.

Uma década marcada por profundas transformações, os anos 1970 testemunharam também um crescimento sem precedentes do mercado de arte. Ainda pouco investigado, esse aspecto da formação do sistema de arte brasileiro oferece um campo amplo para pesquisa¹. Uma galeria com papel significativo naquele momento foi a Collectio Artes Ltda., que, por meio de uma ousada estratégia de publicidade e realização de leilões, inflamou o mercado com a promoção da arte moderna brasileira, elevando os preços a patamares até então sem precedentes. Este primeiro estudo² pretende resgatar essa história pela análise do posicionamento da Collectio na mídia, seja em anúncios publicitários, reportagens ou entrevistas publicadas na imprensa brasileira entre 1970-1973, o que nos permitirá um ponto de vista privilegiado do crescimento do mercado³. A trajetória da galeria seria marcada por uma ação intensa e um impacto profundo no crescimento visto naqueles anos, especialmente no que diz respeito aos leilões de arte moderna, nos quais esteve particularmente engajada.

Trabalhar com a ideia de um mercado de arte brasileiro oferece inúmeras complexidades que perpassam desde a negação da esfera comercial como parte integrante do trabalho artístico, visto muitas vezes como um assunto tabu, até mesmo uma ausência de documentação sistemática e ainda pouca pesquisa dedicada a historiografia de seu desenvolvimento. Como um contraponto, o caso da Collectio possibilita ver em ação um dos mecanismos de estímulo àquele mercado nascente; ainda que seja importante enfatizar que esse caráter especulativo impulsionado pelos leilões, conforme apresentaremos, não era exclusividade dessa galeria, sendo também amplamente praticado por outras. A socióloga Maria Lucia Bueno destaca, ainda, que muitas das galerias da época se dedicavam a divulgar a arte contemporânea e as produções de vanguarda, mas as vendas se concentravam principalmente no comércio dos artistas modernos consagrados, especialmente para colecionadores e investidores que buscavam diversificar seus capitais em formas mais seguras de aplicação⁴.

As profundas mudanças na política econômica no início da ditadura militar, devido, principalmente, à alta concentração de renda promovida pelo “milagre econômico brasileiro” tornaria possível criar um acesso sem precedentes a bens de consumo de alto padrão. O grande fluxo de capitais disponíveis encontraria nas obras de arte uma forma segura de capitalização e, nos leilões, o principal artifício para valorização dessas obras, configurando assim um cenário de trocas baseado na compra e revenda de alta rotatividade.

Durand reforça que José Paulo Domingues, o *marchand* da Collectio, teria conseguido “aproveitar o momento mais propício para

1. As principais referências são: DURAND, José Carlos.

Arte, privilégio e distinção. São Paulo: Perspectiva, 1989; BUENO, Maria Lucia (org.).

Sociologia das artes visuais no Brasil. São Paulo: Senac, 2012; GARCIA, Maria Amélia Bulhões. **Artes plásticas: participação e distinção: Brasil anos 60/70.** 1990. 283 f. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1990.

2. O presente artigo é uma adaptação do primeiro capítulo da dissertação *Da Galeria Collectio ao Banco Central do Brasil: percursos de uma coleção de arte*, defendida pela autora em 2015 no Programa de Pós-Graduação em Arte da Universidade de Brasília.

3. A pesquisa teve como base os periódicos O Estado de S. Paulo, Folha de S. Paulo, Veja, Exame e Jornal do Brasil para o levantamento de dados sobre a galeria Collectio. Entre os anúncios foi possível identificar uma pequena assinatura das agências de publicidade que provavelmente atenderam a galeria, sendo elas Fator, Dois Pontos e P. A. Nascimento, com as quais tentamos contato, ainda sem sucesso.

4. BUENO, Op. cit., p. 90.

5. DURAND, Op. cit., p. 196.

sensibilizar o sistema bancário e o mundo dos negócios, abrindo linhas de financiamento para aquisições, e atraindo para objetos de arte parcela do capital especulativo que abandonava as carreiras da Bolsa de Valores”⁵. Todavia, conduzido dessa forma, gerava-se apenas consumo, às custas da especulação comercial desses objetos institucionalizados como arte, e o chamado *boom* do mercado de arte operaria com uma produção preexistente, principalmente de caráter modernista. Falhando na formação de um vínculo real entre colecionadores e artistas, essencial ao desenvolvimento da produção e à ampliação do mercado, esse processo também seria amplamente rejeitado pelos críticos. Textos como “O boom, o pós-boom, e o dis-boom” permitem uma avaliação importante daquele momento:

O mecanismo acionado pelo mercado com o objetivo de atrair capitais foi, como se sabe, o de promover uma vertiginosa alta de preços: os leilões eram o palco principal dessa atividade especulativa capaz de proporcionar grandes lucros e garantir liquidez aos capitais empatados. Num período de inflação acelerada entre 1970 e 1973, o mercado de arte chegou a representar uma alternativa considerável no mercado de capitais como aplicação da poupança gerada pelo processo de concentração de renda. A esse fenômeno chamou-se o *boom* do mercado de arte.⁶

6. ZILIO, Carlos et al. O boom, o pós-boom, e o dis-boom. In: BASBAUM, Ricardo (org.). **Arte contemporânea brasileira:** texturas, dicções, ficções, estratégias. Rio de Janeiro: Rios; ContraCapa, 2001, p. 185.

Considerar mera coincidência o *boom* do mercado de arte no mesmo período de atuação da Collectio seria descreditar o impacto dessas ações nesse momento de formação. No entanto, a grande comoção causada pela súbita falência da galeria e as denúncias de dívidas podem, em parte, ter contribuído para o seu esquecimento. Dessa maneira, procuramos resgatar esse percurso e colocar em discussão seu papel na promoção da arte moderna brasileira no início da década de 1970, a fim de estabelecer algumas conexões importantes a respeito do vigor do mercado de arte daquele período, especialmente em consideração às comemorações do cinquentenário da Semana de Arte Moderna em 1972.

No Brasil, o comércio privado de obras de arte se desenvolveria lentamente, datando de 1947 a primeira galeria em São Paulo especializada em arte moderna, a Domus, dos italianos Anna Maria e Pasquale Fiocca⁷. Novas galerias começaram a surgir no final dos anos 1950, tanto em São Paulo, como a São Luís em 1958 e a Astréia em 1959, quanto no Rio de Janeiro, como a Petite Galerie de Franco Terranova em 1954, e a galeria Relevô de Jean Boghici em 1961.

7. Cf. SILVA, José Armando Pereira da. **Artistas na metrópole:** Galeria Domus 1947-1951. São Paulo: Via Imprensa, 2016.

Conforme aponta Bueno, havia dois perfis de galeristas, o primeiro “levado por uma conduta operacional espontânea, estava mais

Rachel Vallego

A presença da Galeria Collectio no mercado de arte brasileiro durante a década de 1970.

voltado para a valorização do caráter cultural e mundano de sua atividade”, controlava a produção mais recente dos artistas por contratos de exclusividade, enquanto o segundo perfil “surge já orientado por uma estratégia comercial, foi responsável pela criação do padrão de organização que estruturou o primeiro mercado de arte contemporânea brasileira”⁸, no qual podemos incluir as galerias Relevo, Petite Galerie, Selearte e Mirante das Artes, que criaram um sistema de “garimpar” obras através de anúncios e comprar dos vendedores que se apresentavam. Iniciaram assim a recuperação de um acervo de arte moderna antes disperso, reunindo a produção de muitos artistas esquecidos até então, como Tarsila do Amaral, Ismael Nery e Anita Malfatti⁹.

Os leilões seriam um ponto nodal para o crescimento do mercado de arte no Brasil. Inicialmente beneficentes, eram realizados para arrecadação de fundos, como, por exemplo, para construção do Hospital Albert Einstein. Ao se especializarem e se sofisticarem ao longo das décadas de 1960 e 1970, atrairiam parte considerável da elite, aos poucos se transformando em um grande evento social. O grande nome desse período seria Giuseppe Baccaro, que fundaria a galeria Selearte em 1962 na rua Augusta nº 2706, onde realizaria exposições; e posteriormente abriria a Casa dos Leilões, na rua Marquês de Paranaguá nº 348, dedicada exclusivamente à realização destes. Os empreendimentos alcançariam grande sucesso, praticamente monopolizando o segmento de leilões, e iniciariam associações com bancos para o financiamento das vendas. Mas, ao final da década, Baccaro se retiraria para Olinda, para se dedicar a associações de apoio a crianças carentes, como a Casa da Criança de Olinda¹⁰.

A Collectio surge nesse momento, ocupando o filão deixado vago. O início de sua atuação remonta ao final de 1969. O *marchand* José Paulo Domingues, de acordo com Celso Fioravante, dispunha de um capital equivalente a 130 mil dólares, “uma verdadeira fortuna para a época”, providos por “um cidadão não identificado e foi aplicado na compra de obras de arte moderna”¹¹, com as quais Domingues tentou manter, a princípio, uma galeria tradicional de compra e venda de obras. Incorporando o modelo de realização de leilões, amplamente divulgados nos jornais e revistas, a Collectio conquistaria uma repercussão que seria decisiva para sua afirmação. Já na primeira reportagem encontrada, observamos um movimento estratégico para aguçar a curiosidade do público: a Collectio é mencionada por ter recuperado oito óleos de Portinari que nunca antes haviam sido vistos no Brasil. Essa notícia do início de janeiro de 1970 relata que o *marchand* trouxe da França um conjunto de oito pinturas de Portinari produzidas para ilustrar um

8. BUENO, Op. cit., p. 87.

9. Ibidem, p. 91.

10. Sua saída do mercado paulista não foi casual, o *marchand* foi preso no final da década, por razões ainda não esclarecidas. Em tempos de ditadura, a experiência o teria motivado a deixar São Paulo.

11. FIORAVANTE, Celso. **Arco das Rosas, o Marchand como curador**. São Paulo: Casa das Rosas, 2001, p. 19.

livro de André Maurois que seriam expostas juntamente com as obras do Leilão de Arte Clássica e Moderna, contudo não estariam à venda, sendo parte do acervo da galeria¹².

A ideia de recuperação de um bem nacional é destacada pelo jornal, que ressalta também o caráter excepcional das obras, por ser pouco comum que ilustrações destinadas a livros fossem feitas a óleo, quando o mais tradicional seria o uso de aquarela para esse tipo de trabalho. José Paulo Domingues proclamava-se honrado: “sinto uma grande vaidade por tê-los trazido de volta ao Brasil”¹³. Dois dias depois, as imagens das oito obras eram publicadas, reforçando sua presença na exposição do leilão da *Collectio*¹⁴. Em meados de fevereiro, já no leilão seguinte, os mesmos oito óleos de Portinari eram, então, postos à venda e ganham destaque no jornal, em comentários que ajudavam a esclarecer sobre o funcionamento do leilão, provavelmente com o intuito de familiarizar o público:

A Collectio é uma galeria fundada há pouco tempo que vende suas obras exclusivamente através de leilões. Seu critério de trabalho – justifica o administrador – “proporciona aos colecionadores a possibilidade de terem uma visão de conjunto do que pode ser oferecido em um determinado momento e lugar. Há inclusive, daqueles mesmos artistas, obras de nível menor – desenhos, guaches, etc. – que podem completar os seus acervos”.
CONDIÇÕES – Nas aquisições a vista o comprador pagará o preço de arremate e mais uma comissão de 5% ao leiloeiro. Nesse caso a obra poderá ser retirada mediante o pagamento. Tratando-se de uma transação a prazo, as obras serão financiadas pela organização do leilão em 10 prestações iguais, com um acréscimo de 1% ao mês. Nesse caso também haverá uma comissão ao leiloeiro de 5%.¹⁵

Vemos assim, o padrão estratégico da *Collectio* começar a se delinear. Concentrando suas atividades na realização de leilões, a galeria conseguiria estabelecer uma dinâmica mais ativa de comercialização, apoiada pelo sistema de financiamento. Sua grande inovação seria a vinculação da ideia de arte como investimento financeiro, divulgada em seus anúncios publicitários em diferentes cadernos, como os de cultura ou de economia. Dessa maneira, conseguiria diversificar o público e atrair novas faixas de compradores para os leilões.

Seus anúncios dariam grande ênfase à arte moderna, mas nesse primeiro momento os leilões nem sempre eram exclusivamente dedicados às artes plásticas, pois ofereciam também pratarias, cristais, porcelanas, tapetes, móveis, entre outros objetos, seguindo ainda modelos do século XIX. Nesse sentido, a matéria “Desinteresse pela pintura nesse

12. OBRA de Portinari retorna.
O Estado de S. Paulo, São Paulo, 16 jan. 1970, p. 18.

13. *Ibidem*, Loc. cit.

14. 8 INÉDITOS de Portinari.
O Estado de S. Paulo, São Paulo, 18 jan. 1970, p. 30.

15. LEILÃO será com slides.
O Estado de S. Paulo, São Paulo, 15 mar. 1970, p. 24.

Rachel Vallego

A presença da Galeria Collectio no mercado de arte brasileiro durante a década de 1970.

leilão”¹⁶ discorria longamente sobre a dificuldade em negociar óleos, guaches, desenhos de artistas como Djanira, Di Cavalcanti, Aldemir Martins, Ismael Nery, Milton Dacosta, entre outros. As obras arrematadas no leilão de junho seriam principalmente as “clássicas”, de artistas como Benedito Calixto, Jacquier e Goudin, além de objetos como tapeçarias, pratarias etc. A reportagem enfatiza também o afinco do leiloeiro, Florestano Felice, ao descrever as obras modernistas na tentativa de incentivar os compradores:

“Rostos” de Ismael Nery, um desenho de 10x10cm “Comprar para investir. Parece incrível que não haja confirmação para este belo trabalho de Ismael Nery”. “Pescadores” de Di Cavalcanti, um óleo de 24x33cm: “No leilão passado os quadros de Di Cavalcanti foram todos vendidos por 12, 13, 15 mil cruzeiros!”.¹⁷

Para estimular as vendas, a Collectio também não pouparia em especulações a respeito dos artistas e suas trajetórias, como é visível numa reportagem que comentava sobre 7º leilão de 1970. Ao mencionar Di Cavalcanti, reforçava o aspecto de raridade que suas obras poderiam rapidamente tomar, pelo fato de o artista ter sido recentemente proibido pelos médicos de pintar com tinta a óleo. A mesma reportagem traz um depoimento interessante de Domingues, no qual o *marchand* já especulava sobre o esgotamento do mercado dos artistas consagrados e demonstrava preocupação com a valorização de outros artistas que seriam, em sua opinião, ainda pouco conhecidos pelo mercado de arte.

ESGOTAMENTO DO MERCADO – O proprietário da *Collectio* teme que, daqui a pouco tempo, o mercado de alguns artistas brasileiros – Portinari, Tarsila e outros – esteja virtualmente esgotado; principalmente em vista do ano de 1972, quando se fará comemoração dos 50 anos da Semana de Arte Moderna. Como solução ele propõe a valorização de outros artistas nacionais, como Reboló, Figueira, Mario Zanini, Bonadei, Galvez, Gori.¹⁸

É curioso notar que as comemorações do cinquentenário da Semana de Arte Moderna já fossem alvo de consideração da Collectio, o que indicia algumas de suas pretensões que se concretizariam num futuro próximo. Para fechar o ano a Collectio publicaria um anúncio cujo conteúdo seria muito característico de toda sua trajetória. Em “Presenteie com arte” a galeria polidamente agradece aos leiloeiros, à sociedade e à imprensa pelo prestígio dedicado a seus leilões e dá muita

16. DESINTERESSE pela pintura nesse leilão. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 17 jun. 1970, p. 11.

17. *Ibidem*, p. 11.

18. LEILÃO tem início com 180 obras. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 6 out. 1970, p. 15.

ênfase às potencialidades da obra de arte como investimento, reforçando os nomes dos artistas brasileiros modernistas e artistas em ascensão. São também detalhadas as suas atividades recentes, especialmente a realização de leilões em outras cidades, e destacados os bancos e as financeiras em atuação para a venda financiada das obras¹⁹.

19. PRESENTEIE com arte.
O Estado de S. Paulo, São Paulo, 8 dez. 1970, p. 46.

O financiamento das obras seria determinante para alavancar as vendas, e, nesse primeiro ano de atuação da Collectio, diversas parcerias foram estabelecidas: Banco do Estado da Guanabara, Banco Francês e Italiano, Banco Novo Mundo S.A. e a financeira Godoy S.A. Levantamos, ainda, nos anúncios dos anos seguintes, a logomarca da Bansulvest/Finasul – Banco Industrial de Investimento do Sul S.A. constantemente presente, promovendo financiamentos em até 36 meses. A partir de 1972, os nomes dos bancos envolvidos não seriam mais publicados junto aos anúncios, indicando apenas financiamentos em até 24 ou 36 meses.

Outra constante seria a destinação de parte dos lucros a instituições filantrópicas, como algumas das quais a logomarca aparece nos anúncios: Associação de Assistência à Criança Deficiente (AACD), Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais (APAE), Centro Israelita de Assistência ao Menor (CIAM) e Sociedade Beneficente ‘A Mão Branca’. Há indicação dessa prática até 1972, não se tendo referências em anúncios posteriores. A proximidade com sociedades de assistência demonstra uma preocupação com a inserção e a visibilidade social da galeria, o que provavelmente lhe possibilitaria também estar em contato com outros benfeitores das elites paulistanas.

20. DURAND, José. Op. cit., p. 198.

O crescimento expressivo dos leilões demandou o amadurecimento da organização, a escolha de locais luxuosos, o uso de fino serviço de coquetel e ampla cobertura da imprensa, que transformaram os leilões em “agradável programa noturno”²⁰ para as elites paulistanas. Identificamos nos anúncios da Collectio no ano de 1970 a realização de leilões em seis locais diferentes: Banco do Estado da Guanabara, rua Augusta n° 2705; Banco Nacional de Minas Gerais, avenida Paulista n° 2166; Museu da Arte Brasileira da Fundação Armando Álvares Penteado; Jardim de Inverno Fasano localizado na avenida Paulista; Buffet Torres, avenida Brigadeiro Faria Lima, n° 774; e rua Estados Unidos n° 1078 – até passarem a ser realizados na Mansão França, avenida Angélica n° 750, local que abrigaria a maioria dos leilões até finais de 1973, inclusive após a inauguração de sua sede na avenida Brigadeiro Luís Antônio n° 4763, que, ao nosso entender, por raras vezes sediou os leilões e foi mantido apenas como espaço para exposições. A única exceção parece ser um leilão realizado no Nacional Clube, rua Angatuba n° 703, em dezembro de 1972.

Rachel Vallego

A presença da Galeria Collectio no mercado de arte brasileiro durante a década de 1970.

A consolidação das práticas de leilão durante 1970 abriu caminho para investimentos distintos no ano seguinte, sendo o mais proeminente a edição de álbuns de gravura do Grupo Santa Helena, Tarsila do Amaral e Clóvis Graciano. Sempre afeita a polêmicas, os anúncios de meia página “No álbum do grupo Sta. Helena reunimos 34 anos de arte” e “Na demolição deste prédio reunimos 34 anos de arte” aproveitavam a demolição do edifício Santa Helena para justificar o lançamento do álbum com gravuras de Volpi, Graciano, Rebolo, Rizzotti, Pennacchi, Manuel Martins e Mário Zanini, cujo texto de apresentação era de Paulo Mendes de Almeida. Lançado em abril, durante o 2º leilão, a Collectio realizava a “assinatura simbólica” do álbum com presença dos artistas²¹.

Já em agosto, durante a realização do 5º leilão de 1971, a Collectio deu grande destaque ao lançamento do álbum de Tarsila do Amaral com o anúncio “Noite de Tarsila”. Realizando uma grande homenagem à pintora, presenteada na ocasião com um buquê de margaridas, o jornal Folha de S.Paulo declarava o sucesso do evento, capaz de mobilizar “as maiores figuras do meio artístico de São Paulo”, constituindo uma “demonstração de quanto o Movimento Modernista de 22 ainda representa para a arte no Brasil”²². A homenagem a Clóvis Graciano e o lançamento do seu álbum ocorreu poucos meses depois, em outubro. As gravuras realizadas a partir de dez desenhos originais datados de 1944 seguiam o mesmo padrão das edições anteriores: gravação das obras por Marcelo Grassmann, edições de 100 exemplares numerados de 1/80 a 80/80 para comercialização e I/XX a XX/XX fora de comércio sempre assinadas pelo artista, além de texto de apresentação assinado por um crítico.

Outra iniciativa da Collectio nesse mesmo ano foi a criação do Museu da Calçada. A ideia teria surgido com o objetivo de aproveitar os novos postes da avenida Paulista para levar arte para a rua. A Bansulvest e a Collectio seriam as patrocinadoras do projeto, que era coordenado pelo diretor da Fator Publicidade, José Eduardo Ferreira. A ele caberia a escolha dos artistas que seriam convidados a cada mês para realizar uma obra especialmente para o Museu da Calçada, cuja exposição seria no alto de 73 postes. A inauguração ocorreria concomitantemente ao lançamento do álbum de gravuras de Clóvis Graciano e um dos postes teria sido levado para a Mansão França por conta do evento. O artigo também explica que cada gravura permaneceria exposta por um mês, sendo o primeiro artista Clóvis Graciano, seguido por Aldemir Martins, e Tarsila do Amaral estaria cotada para o terceiro mês²³.

21. GUILHERME de Faria expõe na quinta-feira. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 25 abr. 1971, p. 21.

22. A PRESENÇA de Tarsila. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 11 ago. 1971.

23. AVENIDA Paulista terá o Museu da Calçada. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 9 out. 1971, p. 7.

O boom do mercado de arte

COLLECTIO
apresenta
**temporada
de arte
72**

leilões de arte
SÃO PAULO, GUANABARA, PORTO ALEGRE
1.ª LEILÃO EM SÃO PAULO: 26, 27 e 28 DE MARÇO

ARTS / ARS / ARTE / ARTE / ARTE
Exposição comemorativa do cinquentenário da Semana de Arte Moderna, reunindo obras de mais de 150 mais destacados artistas brasileiros. Exposição itinerante, programada para as principais cidades do País. Organização e coordenação a cargo de Roberto Pontual.

museu de arte de são paulo
Inauguração, em todas as espínguas de Av. Paulista em São Paulo e de Av. Independência em Porto Alegre, gravuras de um artista brasileiro.

procurar-se
Lançamento de um concurso, de âmbito nacional, para novos artistas.

50 anos de Adolpho Meyer
Exposição de telas de 1912 e lançamento de álbum de gravuras.

Oscero Dias
Exposição e lançamento do álbum, com a vida do artista no Brasil.

Tomas e Wellington Virgulino
Exposição de obras realizadas pelos artistas.

Helen Viscetti
Exposição de desenhos.

Salvador Dalí
Lançamento, no Brasil, do álbum de gravuras Dom Juan de Manuel del. Lançamento, em São Paulo, do álbum Helena e Anselmo. Lançamento do álbum Carnevalada, com gravuras de Salvador Dalí, editadas em encadernação para Collectio.

documentário
Produção e edição de documentário sobre o desenvolvimento do mercado de arte no Brasil. Roteiro e direção de Roberto Santos.

inauguração da sede de collectio
Em São Paulo, na Avenida Brigadeiro Luís Antônio, 4.763, Bonaparte. Projeto do arquiteto Eduardo Longo.

Fig. 1
Anúncio da "Temporada de arte de 72", 1972.

24. COLLECTIO apresenta temporada de arte de 72. **O Estado de São Paulo**, São Paulo, 8 mar. 1972, p. 10.

25. CARAS novas. **Veja**, São Paulo, n. 212, p. 86-87, 27 set. 1972.

Em seu primeiro anúncio, “Temporada de arte de 72”²⁴, a galeria apresentava a relação de eventos de seu planejamento anual, no qual já entrevemos uma grande expectativa em relação ao ano do cinquentenário da Semana de Arte Moderna. Entre outras coisas, era anunciada também a inauguração da nova sede em setembro. Localizada na avenida Brigadeiro Luís Antônio nº 4763, o projeto arquitetônico assinado por Eduardo Longo era destaque na revista *Veja*²⁵. A reforma do novo edifício teria custado 1,36 milhão de cruzeiros para transformar um antigo galpão de fábrica com 1200 m² em galeria de arte. Propositamente com uma aparência industrial, o prédio tinha estrutura de ferro aparente, sendo o interior pintado em branco e preto e a fachada em vermelho vivo. Para a revista, “primeiro, era necessário conquistar o essencial: quadros, artistas, colecionadores decididos – os ingredientes de um mercado em ascensão. Agora, com tudo isso garantido, as galerias passam a cuidar de suas sedes.” A reportagem apresenta, ainda, a visão de José Paulo Domingues sobre o mercado de arte num depoimento bastante revelador de suas intenções:

Para mim, esta galeria é apenas um setor de um conjunto que também inclui a edição de gravuras e leilões. Temos a pretensão de que esse setor funcione como uma espécie de indicação mercadológica. Exporemos apenas artistas “quentes”, e suas peças só poderão ser compradas a preço de catálogo durante a exposição. Depois passarão para o nosso acervo, que continuará sendo

A presença da Galeria Collectio no mercado de arte brasileiro durante a década de 1970.

vendido exclusivamente nos leilões. Assim o preço das obras poderá flutuar. Mas a julgar pelos rumos atuais, a tendência será sempre de subir.²⁶

A Collectio parecia estar no seu auge, o crescimento do mercado de arte permitia a diversificação da atuação da galeria, conforme o próprio *marchand* afirmava, e, intensificando a publicidade, publicaria mais de trinta anúncios em 1972, representando um crescimento expressivo em relação à quantidade que localizamos do ano anterior. Acompanhando-os, percebemos que a galeria não poupou esforços para divulgar seus leilões da maneira mais enfática possível. Dando amplo destaque à arte moderna em slogans como “A divina dama” sobre Tarsila; “Eu nasci num pé de café” sobre Portinari; “Este homem é uma bandeira” sobre Volpi; “O leilão de maio da Collectio começou aqui há 50 Anos”; “São conhecidas apenas 90 telas com essa assinatura” sobre Ismael Nery; “Mulatas: por obra e graça de Di” sobre Di Cavalcanti; “Isto é um museu em leilão”; “Revivemos a semana, sem choro nem vela”; “O bom quadro à casa torna”; “Museu em leilão em noite de gala” e “A arte de investir bem”.

Podemos dividir os anúncios em dois grupos que ressaltam ou um artista em particular ou a realização do leilão e o potencial do investimento em arte. Enfocando os artistas individualmente, os anúncios usam citações do próprio artista ou de especialistas, contam um pouco de sua vida ou destacam uma obra. As citações normalmente reforçam aspectos de raridade das obras e tentam aumentar o grau de intimidade do artista com o público – um exemplo é o anúncio sobre Portinari, no qual se apresenta a origem humilde do artista nas plantações de café e o quanto esse fato influenciou sua produção como um todo, especialmente nas obras que estariam à venda naquele leilão, entre elas *Casamento na roça*²⁷. Em relação à raridade, o anúncio dedicado a Ismael Nery é bastante persuasivo: destaca-se que são conhecidas apenas 90 telas com a assinatura do artista e que 15 delas estariam no leilão seguinte, transformando o evento numa oportunidade imperdível para a aquisição de obras do pintor²⁸.

26. *Ibidem*, Loc. cit.

27. EU nasci num pé de café. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 18 maio 1972, p. 12.

28. SÃO conhecidas apenas 90 telas com essa assinatura. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 13 jun. 1972, p. 12.

são conhecidas apenas 90 telas com esta assinatura

é a assinatura de Ismael Nery, do qual se conhecem aproximadamente noventa telas: passagens de beirões, sua obra é pouca, como foi pivô na sua vida - apenas 34 anos, e desta obra apresentamos em nosso leilão deste mês 18 óleos e diversos desenhos e aquarelas. uma oportunidade única de opção para os colecionadores brasileiros.

além de Ismael Nery, a collectio apresenta obras de seu acervo, de autoria de: Volpi, Tarsila, Portinari, Vasconcelos, Malfavet, grande, Cavalcanti, Di Cavalcanti, Cicero Dias, Antonio Maria, Zangini, Pennacchi, Dória, Dacosta, Pavesi, Geringer, Rebouças, Adson, Martins, Gregório, Gregório, Graber, Galdi, Graz, Rigo Montano, Paulo Roberto Ivo, Cucco, Pillar, Basso, Henning, Italiano, Remundo de Oliveira, Cordeiro, entre outros.

COLECTIO

seu preço varia de 10 mil sempre em moeda em leilão

leilões: Injeu Ângulo

dias 13, 14 (terça e quarta) 19 e 20 (segunda e terça)

Mansão França - Avenida Angélica, 750 - 21,30 hs.

Fig. 2 Anúncio da Collectio dedicado a Ismael Nery, 1972.

Nos anúncios que destacam a realização de leilão, argumenta-se prioritariamente a favor de uma temática, como nas indagações “Com quantas obras primas se faz um leilão?” e “O leilão de maio começou aqui há 50 anos”. Relacionando o leilão ao início das comemorações oficiais do cinquentenário da Semana de Arte Moderna, prometia apresentar “Uma verdadeira retrospectiva da arte brasileira da semana até nossos dias”.

O LEILÃO DE MAIO DA COLLECTIO COMEÇOU AQUI HÁ 50 ANOS. Maio será o mês das comemorações oficiais do cinquentenário da Semana de Arte de 22. Maio será o mês da realização do terceiro leilão do ano da Collectio. Uma coisa tem muito a ver com a outra. No leilão da Collectio será apresentada uma verdadeira retrospectiva da arte brasileira da semana até nossos dias. As obras mais representativas dos artistas que participaram da Semana e daqueles que herdaram a mensagem dos moços de 22. Entre outros, 25 óleos de Di Cavalcanti, 7 óleos de Tarsila, 25 aquarelas de Ismael Nery e 47 óleos de Volpi serão apresentados pela Collectio. O sucesso de um leilão está no valor das obras apresentadas. Razão do êxito de nosso leilão de março. Certeza do êxito de nosso leilão de maio. Collectio – Sempre um museu em leilão.²⁹

29. O LEILÃO de maio começou aqui há 50 anos. *O Estado de S. Paulo*, São Paulo, 18 abr. 1972, p. 8.

O cinquentenário seria alvo constante de especulação da galeria e não causa estranhamento a dominância de anúncios dedicados aos artistas modernos durante todo o ano, culminando na realização da exposição “Arte/Brasil/Hoje: 50 anos depois”, em dezembro. Essa exposição, organizada por Roberto Pontual, propunha uma aproximação à produção brasileira naqueles cinquenta anos, realizando um mapeamento de 175 artistas vivos considerados como os mais representativos da arte brasileira até o momento, e foi acompanhada também pela publicação de um catálogo com mais de 400 páginas sobre o evento.

Em 1972, uma novidade seria incorporada aos leilões: a presença de críticos de arte para comentar as obras apresentadas durante o pregão, com o objetivo de educar o público sobre a qualidade das ofertas, possivelmente ajudando a elevar o valor dos lances. Roberto Pontual desempenhou essa atividade durante alguns leilões, provavelmente dado o seu envolvimento na organização da exposição “Arte/Brasil/Hoje”³⁰.

Outra constante nos anúncios seria a relação entre arte e investimento, ainda que essa analogia vá tomar proporções muito maiores em 1973. O crescimento do mercado de arte ganha destaque em várias reportagens nos jornais e revistas mais tradicionais; os periódicos se dividiam no comentário dos eventos organizados por diversas galerias, dentre as quais podemos destacar também a atuação da Petite Galerie, da Casa dos Leilões, e da Bolsa de Arte. Os leilões eram amplamente

30. Apuramos a presença de Roberto Pontual comentando as obras no 1º leilão realizado entre 20 e 22 de março, no leilão de maio realizado entre os dias 22 e 24, e na “Noite das Artes” leilão da Collectio no Nacional Club realizado entre 12 e 13 de dezembro de 1972.

A presença da Galeria Collectio no mercado de arte brasileiro durante a década de 1970.

comentados na mídia e as notícias relatam o valor das obras em oferta, seja em exposições ou em leilões, tornando o caráter comercial da obra de arte um assunto presente em quase todos os debates. Os anúncios em tom sensacionalista não eram exclusividade da Collectio; a Casa dos Leilões também publicaria anúncios nesse mesmo padrão, usando slogans de efeito como “Este quadro vai dar briga” em referência a uma obra de Pancetti ou “A Casa de Leilões anuncia o fim do leilão”:

A CASA DOS LEILÕES ANUNCIA O FIM DO LEILÃO – Um dia isso tinha que terminar. E o dia é hoje. Sua última chance de conseguir quadros maravilhosos de toda esta gente: Max Liebermann, Castagneto, Portinari, Pancetti, Rebolo, Graciano, John Graz, Di, Visconti, Milton Dacosta e Bonadei. É com muita tristeza que a Casa dos Leilões põe um fim ao leilão. Mas ele já durou dois dias. E como tudo o que é bom, o leilão também dura pouco. Leiloeiro oficial Ary André. CASA DOS LEILÕES. O último leilão começa às 21 horas, rua Marques de Paranaguá, 348. O BCN financia todas as obras.³¹

ESTE QUADRO VAI DAR BRIGA – Esse quadro é do Pancetti. Chama-se Ilha das Enxadas, e foi pintado em 1940. É tão importante que aparece citado no Dicionário de Artes Plásticas do Brasil, do Roberto Pontual. Por causa dele vai ter muita gente brigando na rua Marques de Paranaguá, 348. A briga começa às 21 horas do dia 17, e vai continuar nos dias 18 e 19. Mas não é só esse Pancetti o motivo da briga. Portinari, Di Cavalcanti, Grassmann, Tarsila, Visconti, Bernadelli, Parreiras, Calixto, Amoêdo, Gomide, John Graz, Batista da Costa, Bandeira, Darel, Bonadei, Rebolo, Graciano, Guignard, todos eles vão fazer muita gente gritar na hora que começar o leilão. Só vai haver paz nos dias da exposição: 15 e 16 de abril. É quando você pode achar um belo motivo para entrar nessa briga. Ela tem uma finalidade muito bonita: mandar uma parte da renda para a APAE. CASA DOS LEILÕES Leiloeiro oficial: ARY ANDRÉ FINANCIADORA BCN S.A. – Crédito, financiamento e investimentos. O BCN financia todas as obras.³²

Mas as críticas não tardariam. Arnaldo Pedrosa D’Horta refletiria sobre o mercado de arte em “O leilão como festa de prestígio e improvisação”³³, no qual esclarece sobre o frenesi em que se transformavam os leilões e critica de forma veemente o crescimento desenfreado. D’Horta faz uma avaliação que contrabalança a estrutura de mercado formada sobre a especulação proporcionada pelo fluxo de capitais gerados pelo “milagre brasileiro”, especialmente pela dificuldade de se estabelecer preços-base coerentes para os artistas. Haveria, assim, uma disparidade entre os valores praticados em diferentes praças, principalmente pelo

31. A CASA dos leilões anuncia o fim do leilão. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 9 jun. 1972, p. 8.

32. ESTE quadro vai dar briga. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 14 abr. 1972, p. 6.

33. D’HORTA, Arnaldo. O leilão como festa de prestígio e improvisação. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 30 jul. 1972, p. 29.

fato de os novos compradores estarem mais preocupados em exibir seu “poderio monetário” pelo prestígio social, do que focados em uma busca especializada por determinado artista.

A espantosa valorização comercial de alguns artistas certamente influenciou a corrida de investidores que se lançaram incautamente no mundo da arte, sem uma preparação adequada. E, ao contrário de mercados mais estabelecidos, no Brasil teríamos ainda uma lacuna muito grande na educação do público, o que levaria a uma expansão do mercado “ao sabor da aventura e da propaganda”.

Educam-se os olhos, para que aprendam a ver a criação plástica, assim como se educa a inteligência discursiva. A cultura intelectual forma-se mediante leitura. A cultura visual estabelece-se, igualmente, pelo acúmulo de coisas vistas no terreno da arte, pois é da soma de sensações recebidas que vai resultar a capacidade de comparação, para seleção. Ora, o grosso do público brasileiro, que hoje movimenta o mercado de arte, não possui tal bagagem cultural-visual. As artes plásticas têm milênios de existência, e a sua história acha-se armazenada em museus espalhados pelo mundo inteiro. É impossível, sem uma noção do que já foi feito antes, avaliar o que está sendo oferecido hoje. E como muita gente, aqui, entrou de repente a apostar em arte como quem aposta na loteria esportiva, ou na bolsa de valores, ou nas terras da Amazônia, os preços sobem e descem despropositadamente, sem uma dinâmica interna lógica, ao sabor da aventura e da propaganda.³⁴

34. Ibidem, Loc. cit.

O artigo ainda nos dá um valioso exemplo de valores de venda de obras de Portinari. D’Horta relembra que as duas exposições de Portinari no MAM-SP, em 1948 e 1954, não tiveram nenhuma obra vendida; no entanto, naquele ano, a tela *Casamento na Roça* (1944), anunciada no leilão da Collectio, era vendida por 150 mil cruzeiros. Alguns anos antes, esse mesmo quadro “fora por sua vez, arrematado, no primeiro leilão de arte contemporânea, realizado no Rio em 1951, por 12 mil cruzeiros, o que representou então um preço excepcional”³⁵. Importa para o autor reforçar que essa valorização seria ainda muito regional, conforme comenta que um quadro da série *Retirantes* teria sido vendido num leilão da Parke-Bernet Galleries de Nova Iorque, em 1969, por apenas US\$ 3.500,00, reafirmando a disparidade da valorização em cada mercado.

35. Ibidem, Loc. cit.

Ainda que a liquidez de um Portinari se sustente até hoje, na esteira dessa valorização vários artistas então desconhecidos conseguiram um impulso em suas carreiras. Sua crítica recaía no fato de que o aumento da procura pelos leilões desencadeou valorizações irreais, principalmente

A presença da Galeria Collectio no mercado de arte brasileiro durante a década de 1970.

devido à falta de preparo cultural dos interessados em investir no mercado de arte, provocando oscilações constantes nos preços.

Dando continuidade à questão da transformação do mercado de arte brasileiro, “O grande negócio que a arte acabou se transformando”³⁶, assinado por Ênio Squeff, debate a formação desse novo mercado e entrevista alguns *marchands*, entre eles José Paulo Domingues da Collectio, que afirmava um crescimento de 800% e uma movimentação de 40 milhões de cruzeiros no mercado de arte no ano de 1972. Como causa, apontava a influência direta da transformação do mercado de capitais no país acionada pelo milagre econômico e o *boom* da bolsa de valores, que liberou um grande fluxo de investimentos nesse mesmo período. A criação do Crédito Direto ao Consumidor (CDC) também teria um importante papel no desenvolvimento do mercado de arte e permitiria às financeiras se envolverem nas vendas de obras de arte, entendendo esse tipo de produto como um bem perene.

Naquele mesmo período, Squeff indica a inauguração de 41 novas galerias, fora as 30 já existentes em São Paulo; filiais entre Rio de Janeiro e São Paulo também ampliavam seus negócios, definitivamente motivadas pela expansão do mercado. Sobre a Collectio, informa que a galeria começou com um investimento de 1 milhão de cruzeiros, transformados em 1972 em 8 milhões, com um capital de giro de 16 milhões. Só a construção de sua nova sede teria custado 2 milhões de cruzeiros e haveria na galeria pelo menos 8 mil obras estocadas até o leilão que seria realizado em novembro.

Por outro lado, muita insegurança permeava o mercado, pois muitos *marchands* temiam que esse crescimento explosivo não se mantivesse em longo prazo. A reportagem também reforça que a lucratividade dos investimentos era, grande parte, correspondente ao conhecimento e envolvimento do comprador com o que está adquirindo, pois os critérios não eram universais e isso deveria servir como alerta aos especuladores, devido a uma iminente e determinante especialização do mercado. A garantia de liquidez de alguns artistas proclamada por José Paulo Domingues seria, ainda, instável, especialmente devido às dificuldades em definir a valorização real das obras. Um comentário de Ralph Camargo na mesma reportagem é extremamente ilustrativo sobre o momento e, posicionando-se contra esse excesso de especulação, buscava novos nichos de afirmação de seu escritório junto à arte contemporânea.

“Minha galeria,” – define Ralph Camargo – “tem se recusado a participar da grande liquidação da arte que, a pretextos culturais, vem preenchendo o ócio

36. SQUEFF, Ênio. O grande negócio que a arte acabou se transformando. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 3 dez. 1972, p. 38-39.

financeiro de uma camada que necessita de afirmações de status. Daí a exposição sistemática de pintores, escultores ou produtores de objetos que tem um público jovem, quase sempre de menor poder aquisitivo se comparado com a ‘camada financeiramente ociosa’.³⁷

37. Ibidem, Loc. cit.

A mudança de direcionamento da galeria de Ralph Camargo para dedicar-se exclusivamente à arte contemporânea demonstra, em certa medida, a saturação do mercado. Ao decidir investir em um nicho específico, a galeria apostava em conquistar um público mais especializado, não interessado no que ele chamava de preencher a “camada financeiramente ociosa” dos investidores, mas na arte em si.

A popularização dos leilões parecia estimular de tal maneira a comercialização de obras de arte que essas avaliações sobre o crescimento do mercado de arte permitem duas suposições: a primeira diz respeito ao reconhecimento artístico da produção brasileira, que finalmente se concretizava em termos financeiros, mas nem sempre representava um retorno direto aos artistas, pois o comércio se estabelecia por meio de diversos intermediários, os quais realmente lucravam entre as revendas. Contudo, isso não deixaria de representar um avanço para o estabelecimento de um mercado de arte organizado, e promoveria cada vez mais a organização do próprio sistema. No que concerne a segunda, se o “milagre econômico” proporcionava o afluxo de capital necessário para o crescimento, o despreparo dos compradores era, por um lado, aproveitado pelas galerias e, por outro, visto com frieza pelos artistas. Portanto, essa necessidade de profissionalização dos agentes passaria pelo esgotamento do modelo especulativo que os leilões imprimiram ao mercado.

Não é de causar espanto o surgimento de reclamações dos artistas, como foi o caso de Wesley Duke Lee ao publicar repetidas vezes uma nota³⁸ na qual manifestava repúdio a qualquer negociação feita por *marchands*, e declarava que passaria a tratar pessoalmente da venda de suas obras. Na perspectiva de Duke Lee, os *marchands* estariam tirando proveito dos artistas, comprando sua produção por preços baixos e revendendo a valores muito superiores, conseguindo considerável lucro que não retornava aos artistas.

38. WESLEY Duke Lee.
O Estado de S. Paulo, São Paulo, 24 dez. 1972, p. 16.

Anos depois, Wesley Duke Lee voltaria a comentar o fato; afirmava que a motivação da nota recaía exatamente contra a *Collectio*, desavença que quase o levou à cadeia. Em depoimento a Cacilda Teixeira da Costa, o artista afirmaria ter percebido que o processo inflamado de valorização que a *Collectio* alimentava gerava especulação sempre sobre as mesmas obras, que voltavam a leilão repetidas vezes. Ainda assim, sob a ilusão do fortalecimento do mercado, muitos artistas continuavam

A presença da Galeria Collectio no mercado de arte brasileiro durante a década de 1970.

a aderir ao processo, mesmo quando uma observação atenta dos compradores já servisse como alerta, em suas palavras:

Então, se você ia aos leilões, quem é que estava dando lances? Corretores da Bolsa, pessoas que conheço, que não tem nada a ver com arte. Todos comprando como malucos, sem entender nada: compravam de costas, compravam de lote, compravam bêbados, compravam de todo jeito. Havia um verdadeiro tráfico e muitos artistas achando bom, dizendo: “isto vai incentivar o mercado de arte”.³⁹

Duke Lee declarava que essa completa falta de critérios, tanto dos compradores quanto das obras anunciadas nos leilões, propiciava um esquema que apenas fazia girar o fluxo de capitais em busca de aplicações mais rentáveis, e que haveria ainda um “associado oculto” a Collectio, “uma figura importante na política, o que dava um respaldo muito forte ao esquema”⁴⁰. O domínio exercido pela Collectio no mercado influenciava as demais galerias, que usavam o sistema da Collectio para dar vazão à produção que não conseguiam comercializar. Essa instantaneidade impressa pela Collectio no mercado garantia seu crescimento e a publicidade intensa respaldava suas atividades, fatos esses que teriam motivado Duke Lee a se retirar do circuito comercial.

A resposta da Collectio chegaria em seguida, no seu “Relatório de diretoria”⁴¹. Em meia página, repassa em detalhes suas atividades no ano de 1972, comenta abertamente sua posição de destaque no mercado de arte, elogia a valorização, quase preferência, do mercado nacional por nomes e obras nacionais, mas critica a falta de infraestrutura dos agentes do mercado, fazendo referência, acreditamos, ao caso de Wesley Duke Lee no trecho a seguir:

Falta-nos ainda uma infraestrutura mercadológica. A crítica, em parte semiamadora e primária, em parte derrotista e antinacionalista. Por caipirismo estrangeirófilo, ou influenciada por bairrismos e problemas pessoais constituiu um fator negativo. Outros, como um conhecido artista de sucesso no início da década de 60, hoje marginalizado do mercado, tentam realizar sua autopromoção através de investidas inconsequentes contra a nova realidade do mercado de arte nacional. É especialmente penoso o espetáculo que temos assistido nesses últimos dias por parte de críticos de arte que se arvoram em comentaristas mercadológicos, sem o menor preparo para tanto. E eles fazem eco outros cronistas de quem não conhecemos nenhuma graduação em faculdade de economia.⁴²

39. LEE, Wesley Duke; COSTA, Cacilda (org.). **Wesley Duke Lee**. Rio de Janeiro: Funarte, 1980, p. 42.

40. *Ibidem*, p. 42.

41. RELATÓRIO de diretoria. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 14 jan. 1973, p. 31.

42. *Ibidem*, Loc. cit

O relatório é o único documento produzido pela *Collectio* em que expõe detalhadamente suas opiniões sobre o mercado de arte, e aposta no seu elevado conceito diante da sociedade para se posicionar de forma idônea. Seu primeiro comentário era reconhecer que, por maior que fosse o crescimento do mercado de arte, ele ainda é incipiente no Brasil em comparação com outros setores ou com os mercados externos. Afirmava também que, no ano de 1972, o valor total circulado devido ao mercado de arte, algo em torno de 200 milhões de cruzeiros, mal equivaleria a uma semana da Bolsa de Valores, mas acreditava ser apenas o começo do crescimento do mercado. O relatório reflete que o maior impedimento ao crescimento era ainda a falta de profissionalização do setor, crítica particularmente direcionada aos críticos de arte e artistas incapazes de lidar com o crescimento do mercado, e também à falta de uma legislação eficiente e de publicações especializadas.

Listando doze atividades consideradas principais, o relatório seguia descrevendo suas ações, entre as quais destacamos a reafirmação do interesse de valorização de expoentes do modernismo – Tarsila, Di Cavalcanti, Ismael Nery –, a manutenção da atividade de captação de obras desses artistas para a venda e, ainda, a abertura de um departamento dedicado à edição de gravuras. Considerava seu principal mérito ter conseguido abrir o mercado de capitais e investimentos. Sensibilizando os bancos para concessão de crédito à causa, o relatório afirma ter obtido financiamentos que somariam 20 milhões de cruzeiros, sendo o valor total de vendas realizadas pela galeria de quase 28 milhões de cruzeiros, negociando 3.983 obras entre 1.022 compradores – um crescimento expressivo em balanço com o ano anterior, quando a *Collectio* teria vendido um pouco mais de 6 milhões de cruzeiros em 1.341 obras, para um total de 310 compradores.

O ano de 1973 seria caracterizado por uma política muito mais agressiva de leilões. Os anúncios passaram a ocupar páginas inteiras, a maioria com diversas imagens das obras que iriam a leilão, divulgando os valores de avaliação para lances iniciais. Os anúncios têm títulos cada vez mais enfáticos, como “A *Collectio* abre o cofre”, “Arte que garante seu futuro a partir da próxima semana”, “Faça como os bancos, aplique seu dinheiro em arte”, “A boa arte é o melhor investimento”, “Não temos palavras pra convencer você a comprar obras de arte. Temos obras de arte”, ou “Tem sempre uma parede dividindo as pessoas finas, cultas e sensíveis das outras”, entre outros, acompanhados de textos entusiasmados sobre a valorização da arte brasileira e os benefícios de investir em arte, sempre sob a epígrafe “*Collectio* – Sempre um museu em leilão”.

O anúncio de página inteira “Faça como os bancos: aplique seu dinheiro em arte” foi provavelmente o mais extenso e contundente de todos. Nesse anúncio, a Collectio traz inúmeros exemplos para dar validade à aplicação em obras de arte. É mencionado que a obra de arte estaria entre as cinco mercadorias que mais valorizaram-se no mundo desde o início do século XX, com a presença dos dados concretos de valorização de obras comercializadas ao longo dos anos pela galeria. Esse anúncio permite comprovar o processo de compra e revenda constantemente praticado pela Collectio, a partir de exemplos providos por ela mesma, e o grande aumento de preços que as obras sofreram ao longo dos anos.

FAÇA COMO OS BANCOS: APLIQUE SEU DINHEIRO EM ARTE

(...) Um leilão é a lei da oferta e da procura rigorosamente em ação, e um dos seus principais atrativos é a possibilidade que os colecionadores têm de fazer compras vantajosas. Oferta: Uma empresa de capital aberto pode emitir novas ações e oferecê-las ao mercado; Portinari, infelizmente, não pode *emitir* mais nenhum quadro. Procura: *Denise*, retrato da netinha de Portinari, que ele pintou em ‘63 [sic], foi vendido na semana passada por 140 mil cruzeiros. Para comprar bem, é preciso saber escolher o artista; escolhido o artista é preciso saber escolher o quadro. Mais ou menos assim: Da mesma maneira que você procura verificar o preço-lucro, ou índice PL, para orientar a compra de uma ação, você precisa verificar o preço-valor, ou índice PV, antes de comprar uma obra de arte. Mas não é qualquer artista, nem qualquer coisa que o artista faz, que tem valorização garantida. (...) Algumas histórias verdadeiras de investimentos em arte, feitos sob a orientação da Collectio: *Di*, óleo, *Natureza Morta com Peixes*, quadro de retrospectiva: A Collectio vendeu em março de 70, por 14 mil. Recomprou em agosto de 70 por 18 mil. Vendeu em março de 71, por 25 mil. Recomprou no começo de 72, por 32 mil. Vendeu no fim de 72, por 40 mil.⁴³

Os argumentos apelam para questões objetivas, como a comparação com o mercado de ações, a verificação de índices de valorização, e de valorização dos artistas no mercado; e subjetivas, como a captação de juros culturais por parte do investidor, da qualidade das obras, da ativação da sensibilidade e da criatividade, do prazer intelectual que a arte promove ao seu colecionador. Se as obras de arte são, como insiste o anúncio, “dinheiro que cresce na parede”, o leilão é “a lei da oferta e da procura rigorosamente em ação” – percebe-se que a Collectio pretendia estabelecer assim padrões claros e verificáveis com o objetivo de conquistar a confiança dos colecionadores.

43. FAÇA como os bancos: aplique seu dinheiro em arte. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 11 mar. 1973, p. 7. Grifos no original.

44. Não há indicação ou especificação da obra.

No entanto, as contradições do mercado de arte se tornavam cada vez mais evidentes. Em janeiro de 1973, a revista *Veja* publicou uma longa reportagem sobre o assunto, chamada “O mercado dos *Best Sellers*”, e a primeira questão levantada é como a alta especulação não gerava nenhum retorno para os artistas. Di Cavalcanti, quando parabenizado pelo seu mais novo recorde de venda da obra *Maternidade*⁴⁴ por 300 mil cruzeiros, reclamou nem saber de qual obra se tratava, e, de forma muito crítica, define o momento do mercado como “fase de *Best Sellers*”.

Eu acho essa história de mercado e de cotações muito chata. Quero que me deixem em paz. Passei muitos anos na miséria e agora estou bem, mas quem ganha com essas grandes vendas não sou eu, são os vendedores. Essa história é toda apenas uma consequência da Revolução. Aquela revolução antiga, como é que chama mesmo? É, a Revolução Industrial. Nós agora estamos na fase do *Best Seller*.⁴⁵

45. O MERCADO dos Best Sellers. *Veja*, São Paulo, n. 228, p. 44-53, 17 jan. 1973, p. 44-45.

A euforia do mercado de arte no Brasil aumentou a quantidade de compradores-investidores e os quadros começaram a retornar com frequência aos leilões, sendo revendidos a preços cada vez maiores, de forma que a irrealidade da especulação começava a dispersar os compradores. Mas, de acordo com a reportagem, Domingues não demonstra preocupações, afirmando que, diante do leilão, a única lei válida é a da oferta e da procura: “nenhuma cotação artificial resiste à plateia do leilão”. A reportagem comentava a saída do crítico Roberto Pontual da apresentação de obras durante os leilões, em suas palavras:

Não voltarei mais a essa atividade já que não consegui encará-la como puramente profissional. Acabei descobrindo que estava sendo inútil. Além disso, comecei a perceber que não entendia nada do fenômeno: por que uma gravura de Oswaldo Goeldi dificilmente ultrapassa os 2000 cruzeiros e uma serigrafia de Di Cavalcanti, de tiragem ilimitada, chega a 3000 cruzeiros? Os valores que predominavam eram os da ostentação e do investimento imediato.⁴⁶

46. *Ibidem*, p. 48-49.

O aumento da procura de obras de arte como mero investimento, na tentativa de valorização do capital em um curto espaço de tempo, também é criticado pela reportagem, que comenta a dificuldade de liquidez dos preços se comparados ao mercado internacional, para o qual nossos artistas continuavam reles desconhecidos. A alta do mercado brasileiro ainda estaria cercada de instabilidade e a reportagem já previa problemas num curto espaço de tempo: “ele pode se desmoralizar, como já ocorreu em outros setores, mas não deverá falir”. O reconhecimento

Rachel Vallego

A presença da Galeria Collectio no mercado de arte brasileiro durante a década de 1970.

da necessidade de transformação do mercado partia de Baccaro, que, de Olinda, se manifestava contra os leilões, e já percebia a necessidade de acessibilidade pública ao legado dos artistas nacionais, cada vez mais restrito aos colecionadores particulares. Nas suas palavras: “Libertem Portinari, Tarsila, Di Cavalcanti, Pancetti, e muitos outros do cativeiro. Criem incentivos, estimulem os museus!”⁴⁷.

É difícil saber se a queda iminente já era percebida, mas a postura da Collectio permaneceria de grande exaltação acerca de seus leilões. Contudo, algumas reportagens da revista *Veja* sobre o mercado de arte relatam um tom mais ameno por parte dos investidores, com títulos bastante esclarecedores como “Compradores não aceitarão preços maiores” e “Preferência pelos preços médios”⁴⁸, além de demonstrarem que os lances foram, muitas vezes, abaixo dos valores anunciados e as vendas estavam abaixo da média do ano anterior: “na maioria dos casos, as obras foram arrematadas por preços de 30% a 20% inferiores aos da avaliação”⁴⁹.

Mas os slogans atrativos dos anúncios ainda pareciam dar resultado, pois a revista *Veja* declarava que o leilão de outubro da Collectio era o mais bem-sucedido do ano, com um faturamento de 1,4 milhões cruzeiros arrecadados na venda de 327 das 364 obras ofertadas⁵⁰. Os recordes de vendas também eram notáveis: em setembro, a tela *Colheita do Café* (1958), de Portinari, era vendida por 230 mil cruzeiros no sexto leilão do ano, e superava a venda no ano anterior de uma pintura de Ismael Nery, *Autorretrato místico* (1928), por 200 mil cruzeiros⁵¹. O último leilão do ano seria anunciado como “O maior espetáculo da tela”, e apresentaria mais de 300 obras de 122 artistas. Um núcleo distinto de obras estrangeiras alcançou boa repercussão de vendas, segundo o relato da coluna “Mercado de Arte” da *Veja*, que comemorava, ainda, a conquista da redução do imposto sobre circulação de mercadorias (ICM) de 15,5% para 10%⁵².

A falência e o escândalo

De forma imprevista, em 27 de dezembro de 1973, há uma pequena nota no jornal *O Estado de S. Paulo* informando que José Paulo Domingues havia falecido naquele mesmo dia de um ataque do coração. A morte súbita do *marchand* desencadeou, em meados de 1974, a falência da galeria, solicitada na justiça paulista por sua funcionária à época, Mônica Filgueiras de Almeida⁵³.

O que ocorre a seguir é a revelação do escândalo: a Collectio haveria dado um calote de mais de 40 milhões de cruzeiros nos bancos

47. *Ibidem*, p. 49.

48. PREFERÊNCIA pelos preços médios. *Veja*, São Paulo, n. 239, p. 97, 4 abr. 1973.

49. COMPRADORES não aceitarão preços maiores. *Veja*, São Paulo, n. 238, p. 92, 28 mar. 1973.

50. O MAIS rico leilão desse ano. *Veja*, São Paulo, n. 270, p. 142, 7 nov. 1973.

51. TELA de Portinari alcança 230 mil. *O Estado de S. Paulo*, São Paulo, 29 set. 1973, p. 9.

52. AS NOVIDADES do último leilão do ano. *Veja*, São Paulo, n. 274, p. 142, 5 dez. 1973.

53. MORRE diretor da Collectio. *O Estado de S. Paulo*, São Paulo, 28 dez. 1973, p. 11.

envolvidos nas vendas de seus leilões. O caso foi amplamente noticiado nos jornais da época e nos possibilita elucidar o desfecho da galeria e o impacto no mercado de arte, que culminaria na aquisição, pelo Banco Central, das obras remanescentes⁵⁴.

Em artigo assinado por Alberto Beuttenmüller, o *Jornal do Brasil* denunciava, em junho de 1974, o esquema montado pela Collectio para usar o crédito concedido pelos bancos e financeiras como capital de giro da empresa. O plano era relativamente simples: o *marchand* apresentava nomes falsos às financeiras como compradores de obras para obter o crédito da venda; por meio desses contratos frios, recebia o dinheiro utilizado para recapitalizar a empresa, guardava os quadros supostamente vendidos e pagava os títulos dos empréstimos em dia para não levantar suspeitas. Dessa forma, conseguiu um grande capital de giro e pôde aumentar o acervo que circulava em seus leilões, inflamando o mercado de arte⁵⁵.

O grande golpe teria sido, então, sobre os bancos e financeiras que concordaram em emprestar dinheiro ao *marchand*, que tinha entrada facilitada por conta de sua boa reputação no mercado. As suspeitas apenas teriam surgido no final de 1973, já próximo de sua morte. Os prejuízos relatados pelos credores de grande porte seriam de 20 milhões de cruzeiros à Finasul, Cr\$ 7 milhões ao Banco Áurea e Cr\$ 4 milhões à Crecif. Dentre os credores de médio porte, havia o leiloeiro Irineu Ângulo (Cr\$ 500 mil), a funcionária Mônica Filgueiras (Cr\$ 212 mil) e o Banco Itaú (Cr\$ 200 mil). Entretanto, a reportagem destaca que as dívidas deixadas pelo *marchand* após sua morte não eram maiores do que seu patrimônio e a maior parte poderia ser quitada por meio da venda das obras de arte remanescentes no acervo.

É relevante o fato de que, sendo capaz de transformar o comércio de obras de arte num verdadeiro mercado naquele momento, o golpe recaía sobre o próprio mercado financeiro e não sobre o meio artístico. A Collectio era conhecida por comprar à vista, fosse dos artistas com quem lidava diretamente, fosse de ofertas de particulares, inclusive lotes fechados, por vezes sem verificação, o que lhe rendeu algumas acusações de venda de falsificações. A revista *Veja* registra, ainda, um breve depoimento do pintor Francisco Rebolo, afirmando que, antes da Collectio, as galerias só trabalhavam com quadros em consignação, mas “o José Paulo comprava nossos quadros à vista, sem discutir o preço”⁵⁶ e isso teria ajudado a galeria a conseguir prestígio e confiança entre os artistas; além de ter sensibilizado o mercado de investimentos para a obra de arte, com a garantia de recompra da obra pelo mesmo valor arrematado a qualquer momento.

54. VALLEGO, Rachel. **Da galeria Collectio ao Banco Central do Brasil**: percursos de uma coleção de arte. 2015. 240 f. Dissertação (Mestrado em Arte) – Universidade de Brasília, Brasília, DF, 2015.

55. BEUTTENMULLER, Alberto. Dono da Collectio tinha nome falso e devia Cr\$ 40 milhões. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, 16 jun. 1974, 1º Caderno, p. 26.

56. O FALSO Domingues. **Veja**, São Paulo, n. 303, p. 38, 26 jun. 1974.

A presença da Galeria Collectio no mercado de arte brasileiro durante a década de 1970.

O segundo ponto crucial da história é que o nome usado pelo *marchand*, José Paulo Domingues, era uma identidade falsa de um homem já morto, original de Itapeverica da Serra no interior de São Paulo. Seu nome verdadeiro era Paolo Businco, um italiano com história de vida muito contraditória, que teria chegado ao Brasil em 1963. Beuttenmüller comenta que as histórias contadas pelo próprio José Paulo eram tão fantasiosas que era difícil imaginar como não levantaram suspeitas antes. A justificativa para seu sotaque italiano, ainda que nascido no Brasil, seria de que seu pai brasileiro teria sido diplomata na Itália e sua mãe era espanhola; mas que, com a morte do pai, teria sido criado por um padrasto italiano. Depois da guerra, teria cursado Direito na Faculdade de Bolonha e Economia em Milão, além de ter sido piloto de corrida e trabalhado para a ONU na procura de obras de arte roubadas durante a segunda guerra. Chegando ao Brasil, foi dono de uma fábrica de sapatos no interior de São Paulo e de uma loja de doces na capital do estado, até se associar a Mônica Filgueiras, que havia trabalhado na Bienal e era uma boa conhecedora do mundo das artes. O sucesso da Collectio estaria, então, na grande capacidade de conciliar o mundo das finanças com o das artes por meio do marketing e da publicidade, que possibilitaram tanto a ascensão da galeria como o crescimento expressivo do mercado de arte no Brasil.

A diferença em relação às demais galerias e *marchands* que faziam leilões era que a *Collectio*, como dizia, falava a “linguagem certa para as pessoas certas: a língua do desenvolvimento socioeconômico do país, trazendo ao Brasil o que ele necessita”.⁵⁷

José Paulo Domingues era o sócio majoritário da Collectio, mas sua secretária Neide Kyoko Hara detinha 0,05% das ações da empresa, e, após a falência, teve de responder judicialmente pelas acusações contra a galeria. Em 1980, ela foi absolvida pela justiça, sendo considerada uma vítima das circunstâncias, uma vez que sua participação no capital social da empresa era insignificante, e “tendo recebido suas quotas de presente do patrão José Paulo”⁵⁸, conforme várias testemunhas comprovaram, não poderia ser responsabilizada pelas ações de seu empregador.

Em outra perspectiva, a notícia “As lições de um grande escândalo”⁵⁹ reconhecia que o escândalo parecia ter impactado mais a imprensa do que o mercado de arte, que, até junho de 1974, ainda não demonstrava retração ou medo dos investidores. A supervalorização dos artistas modernos seria a tônica das demais notícias. O crítico Walmir Ayala, que, segundo a *Folha*, há tempos denunciava a Collectio, acusava

57. BEUTTENMULLER, Alberto. Op. cit., Loc. cit.

58. A secretária foi acusada de: “Desvio de bens da massa (um automóvel no valor de Cr\$ 27.750,00); omitir na escrituração da firma declarações a respeito de movimento econômico e patrimonial; suprimir do livro “diário”, sonogando; e prática de atos fraudulentos, fazendo acordo com credores por meios anormais”. Cf. JUSTIÇA absolveu a funcionária. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 19 jul. 1980, p. 10.

59. AS LIÇÕES de um grande escândalo. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 25 jun. 1974, Folha Ilustrada, p. 29.

a galeria de falta de espaço para as vanguardas e afirmava que a ênfase na festividade dos leilões e no lucro das galerias denegria a relação entre artista e público – público este que se mostrava interessado apenas nas possibilidades de rentabilidade. Já o *marchand* Mário Gelleni, da Galeria Portal de São Paulo, enfatizaria que a frequência dos leilões e sua abundância deveriam diminuir e se restringir a peças realmente raras, voltados novamente às elites.

Em 1975, a revista *Veja* definiria o mercado de arte nacional como ainda muito imaturo e afirmaria que, sem a ação da Collectio pressionando o mercado, as vendas se tornaram mais instáveis, e mesmo os nomes de grande repercussão não conseguiam mais alcançar as mesmas cifras. A tabela abaixo, apresentada pela *Veja*, demonstra as cotações médias com base nas vendas em leilões entre os anos de 1970 a 1974, a partir de dados obtidos pelo leiloeiro Irineu Ângulo naquele período⁶⁰:

60. APESAR de tudo um mercado ainda imaturo. *Veja*, São Paulo, n. 333, p. 84, 22 jan. 1975.

AS COTAÇÕES					
(preços médios de óleos obtidos em leilões, em Cr\$)					
Pintores	1970	1971	1972	1973	1974
Aldemir Martins	2 000	4 000	7 000	6 000	9 000
Bonadei	1 500	3 500	6 000	10 000	18 000
Clóvis Graciano	2 000	4 000	8 000	8 000	12 000
Ismael Néri	*	5 000	100 000	130 000	*
Milton Dacosta	5 000	10 000	28 000	35 000	55 000
Pennacchi	1 500	3 500	5 000	8 000	11 000
Portinari	50 000	100 000	160 000	200 000	300 000
Rebolo	1 500	3 000	5 000	10 000	16 000
Volpi	15 000	20 000	30 000	28 000	40 000
Zanini	400	1 000	3 000	5 000	6 000

* Não foram apresentados quadros a óleo para venda.
Fonte: Irineu Ângulo — leiloeiro.

Fig. 3
Cotações dos artistas em janeiro de 1975.
Fonte: Revista *Veja*.

A euforia do mercado é visível especialmente na valorização de Ismael Nery, que saltava de 5 mil cruzeiros para 100 mil em apenas um ano. O crescimento surpreendente do mercado no ano de 1972 reforça a eficácia da atuação da Collectio que procuramos apresentar a partir de seus anúncios. Críticas contundentes como a de Ronaldo Brito em “Análise do Circuito”⁶¹ parece comentar diretamente esse momento e revelam o quanto essa discussão é necessária. Se, na visão do crítico, o mercado tinha um papel de bloqueio da produção contemporânea, criando um sistema fechado que esvaziava os significados da obra de arte, percebemos que a discussão ganha densidade se colocarmos em perspectiva a grande comoção na mídia nacional dedicada às comemorações do cinquentenário da Semana de Arte Moderna, apoiada num sentimento de nacionalismo e definição de um panteão da arte moderna brasileira.

61. BRITO, Ronaldo. Análise do circuito. In: LIMA, Sueli (org.). *Experiência crítica*. São Paulo: Cosac Naify, 2005, p. 58.

Rachel Vallego

A presença da Galeria Collectio no mercado de arte brasileiro durante a década de 1970.

O processo de consagração adentra outras esferas além do mercado, perpassando desde o debate acadêmico e o incremento das pesquisas dedicadas ao assunto, a publicação de livros e a realização de exposições, até o aporte do Estado, que, no auge da repressão e da censura, revelava um claro interesse em buscar nas raízes brasileiras a manutenção de uma ideia de tradição com o intuito de legitimar o regime militar como um continuador do projeto político nacional, evitando a todo custo a noção de ruptura. Nesse sentido, o sociólogo Renato Ortiz relaciona a dimensão política do golpe de 1964 à reorganização da economia em favor da internacionalização do capital, dando novo fôlego ao desenvolvimento capitalista, tornando determinante o conceito de integração nacional. Entendendo a cultura como o “cimento de solidariedade orgânica da nação”⁶², para garantir legitimidade seria essencial aos militares conquistar o apoio da sociedade. Assim, governo militar sistematicamente construiria um aparato burocrático de regulamentação a partir do Conselho Federal de Cultura, fortalecendo a imagem do Estado através da memória nacional, privilegiando “a preservação, a defesa e a divulgação do patrimônio cultural”⁶³. O mercado de arte, por sua vez, a partir de iniciativas como a Collectio, parecia capaz de conciliar esses elementos por meio da exaltação nostálgica da obra moderna. Centrado nessa defasagem histórica, reabsorvia o modernismo destituído de seu conteúdo mais crítico, podendo assim ser avidamente promovido, debatido e, enfim, comercializado.

62. ORTIZ, Renato. **Cultura brasileira e identidade nacional**. São Paulo: Brasiliense, 1985, p. 82.

63. MAIA, Tatyana de Amaral. **Os cardeais da cultura nacional**: o Conselho Federal de Cultura na ditadura civil-militar (1967-1975). São Paulo: Itaú Cultural; Iluminuras, 2012, p. 39.