



MIDAS

Museus e Estudos Interdisciplinares

18 | 2024

Varia

Adriana Turpin e Susan Bracken, eds. – *Art Markets, Agents and Collectors: Collecting Strategies in Europe and the United States, 1550-1950*

Francisco J. M. Cambim



Edição electrónica

URL: <https://journals.openedition.org/midas/5035>

DOI: 10.4000/midas.5035

ISSN: 2182-9543

Editora

CIDEHUS - Centro Interdisciplinar de História Culturas e Sociedades da Universidade de Évora

Refêrencia eletrónica

Francisco J. M. Cambim, «Adriana Turpin e Susan Bracken, eds. – *Art Markets, Agents and Collectors: Collecting Strategies in Europe and the United States, 1550-1950*», *MIDAS* [Online], 18 | 2024, posto online no dia 01 abril 2024, consultado o 25 abril 2024. URL: <http://journals.openedition.org/midas/5035>; DOI: <https://doi.org/10.4000/midas.5035>

Este documento foi criado de forma automática no dia 25 de abril de 2024.



Apenas o texto pode ser utilizado sob licença CC BY-NC-SA 4.0. Outros elementos (ilustrações, anexos importados) são "Todos os direitos reservados", à exceção de indicação em contrário.

Adriana Turpin e Susan Bracken, eds. – *Art Markets, Agents and Collectors: Collecting Strategies in Europe and the United States, 1550-1950*

Francisco J. M. Cambim

REFERÊNCIA

Adriana Turpin, e Susan Bracken, eds. 2021. *Art Markets, Agents and Collectors: Collecting Strategies in Europe and the United States, 1550-1950*. London: Bloomsbury. 400 páginas, ISBN: 978-1-5013-4887-7.

- 1 Este livro, publicado pela primeira vez no Estados Unidos em 2021, faz parte da coleção *Contextualizing Art Markets*, publicada pela editora Bloomsbury, e tem como coordenadoras editoriais Adriana Turpin, diretora e responsável pela área de investigação no Institut d'Etudes Supérieures des Arts, em Paris, e Susan Bracken, professora associada do Departamento de História da Arte no Colégio Birkbeck da Universidade de Londres. Trata-se de uma compilação de comunicações apresentadas em Londres e em Paris, respetivamente, em julho e outubro de 2016, no âmbito da oitava conferência do programa *Seminar on Collecting and Display*, sediado no Institute of Historical Research da Universidade de Londres.
- 2 Em termos gerais, os vários textos deste volume demonstram como os agentes de mercado (negociantes), e as suas redes de contactos e influências, muitas vezes contribuíram para desenvolver o gosto e o conhecimento dos colecionadores para quem trabalhavam.
- 3 O livro está estruturado em quatro capítulos, representativos de diferentes cronologias e geografias, sendo que cada capítulo é introduzido por um ensaio que contextualiza o mercado de arte no período em causa e as relações entre os vários intervenientes

envolvidos (negociantes de arte, colecionadores, instituições, os próprios artistas). Nos seus quatro capítulos, o livro apresenta um total de 22 casos de estudo. Para efeito meramente ilustrativo, optei por escolher um caso de estudo, para cada um desses capítulos.

- 4 O primeiro capítulo cobre o período que decorreu entre 1550 e 1720 e que, segundo Sandra van Ginhoven (Getty Research Institute), autora do texto introdutório, se diferenciou de períodos anteriores pela criação de um verdadeiro mercado aberto de obras de arte, potenciado pelo aparecimento de uma classe média urbana capaz de gastar dinheiro em pintura e outras formas de arte, e pelo florescimento do papel do negociante de arte enquanto categoria profissional. Foi então que alguns artistas, como Ticiano (1488-1576) e Peter Paul Rubens (1577-1640), beneficiando de grande estima entre reis e príncipes poderosos, promoveram ativamente os seus trabalhos junto dessas elites e dos círculos da moda.
- 5 No primeiro capítulo é apresentado o caso de James Thornhill (1675-1734), pintor inglês que ficou conhecido pela produção de murais de larga escala. Na segunda década do século XVIII viajou para Paris com o intuito de adquirir pintura, artes decorativas e objetos do dia-a-dia, enquanto representante de colecionadores ingleses. Através do seu diário, que foi preservado até aos dias de hoje, foi possível descobrir a forma como um artista inglês ainda relativamente jovem se transformou num emergente negociante de arte em cujo julgamento os colecionadores confiavam, quer quanto à qualidade, quer quanto ao valor monetário das obras de arte.
- 6 O segundo capítulo, dedicado ao século XVIII, inicia-se com o ensaio de contextualização, desta vez da responsabilidade de Bénédicte Miyamoto (Institut du Monde Anglophone da Universidade Sorbonne-Nouvelle). Segundo esta autora, foi durante este período que o mercado primário sofreu uma transformação resultante da relação entre artistas, curadores e galeristas, que, ao recolherem informação para uso nas suas redes, acabaram por influenciar quer a produção quer a valorização da obra de arte. A figura do negociante de arte, trabalhando ou por conta própria ou por conta de outrem, passou a ser reconhecida pelo seu papel na comercialização de arte, sendo procurada para desempenhar funções que contemplam o aconselhamento antes da venda ou da compra, a avaliação de uma coleção, entre outras. Por outro lado, é neste período que se assiste ao aparecimento de um público de artes mais diverso, para o que contribuiu a proliferação de novos espaços onde se podia desfrutar da arte – do estúdio do artista ao local dos leilões de arte, da galeria privada aos locais de exibição pública, como os *salons* e os primeiros museus públicos.
- 7 Do vasto e diversificado conjunto de casos apresentados no segundo capítulo, destaco o de Francis Seymour Conway (1777-1842), também conhecido como Lord Yarmouth, que desempenhou um papel relevante enquanto conselheiro de arte do futuro rei George IV (1762-1830) no período entre 1811 e 1820, em que este ainda era príncipe regente, devido à doença do seu pai, o rei George III (1738-1820). A participação de Lord Yarmouth nos leilões de arte, em representação do seu amigo e cliente, sem grande avaliação prévia do valor estético e qualitativo das obras de arte, assemelhava-se, segundo a autora, às apostas de jogo nas corridas de cavalos ou na mesa de um casino, na medida em que a licitação permitia experimentar a emoção da perseguição, competir com outros licitantes de apostas altas e, por vezes, obter a satisfação de fazer a oferta vencedora.

- 8 O terceiro capítulo é dedicado ao período que decorreu entre 1820 e 1950, tendo a introdução ficado a cargo de Anne Helmreich (Getty Foundation – J. Paul Getty Trust), que sugere que o mercado de arte moderna nos maiores centros da Europa Ocidental e da América do Norte começou, pela primeira vez, a ser identificado como um sistema e discutido como tal. O museu afirma-se como um novo interveniente, sendo simultaneamente participante do mercado de arte, mas também momento final do processo de compra e venda dos objetos artísticos pois, no entender da autora, quando uma obra de arte é adquirida pelo museu, ela deixa de circular no mercado.
- 9 Um dos casos de estudo do terceiro capítulo foca o bispo anglicano da província chinesa de Henan, William Charles White (1873-1960). Na sequência do colapso da dinastia Qing, em 1912, as famílias ricas ligadas a esta dinastia e também o último imperador tiveram que liquidar ativos, o que incluiu peças das suas coleções de arte. Nesse período assistiu-se também a um florescimento das vendas de bens arqueológicos chineses, especialmente peças da idade do bronze e objetos funerários, devido à construção do caminho de ferro ao longo do território chinês. Perante esta abertura do mercado de arte na China, White destacou-se, em particular, pelo seu papel na exportação para a Europa e Canadá de bens retirados de locais funerários.
- 10 O capítulo final do livro é dedicado ao papel dos negociantes de arte junto dos colecionadores no mercado norte-americano. Inge Reist (Center for the History of Collecting), autora da nota introdutória, identifica dois períodos que, no seu entender, estiveram na génese do mercado de arte nos Estados Unidos: o período que se seguiu ao fim da Guerra Civil (1865), em que se assistiu ao incremento do colecionismo de arte e, posteriormente, o momento inicial da industrialização, que situa no final dos anos 80 do século XIX. O subsequente período de prosperidade, permitiu o embelezamento com obras de arte de casas privadas e instituições públicas. No seu texto, Reist referencia vários negociantes de arte que tiveram papel de relevo na formação de um verdadeiro mercado de arte nos Estados Unidos como, por exemplo, Roland Knoedler (1856-1932), que nas primeiras décadas do século XX intermediou a importação de obras de arte adquiridas em Londres e Paris, e também Roger Fry (1866-1934), que atuou como negociante de arte para colecionadores como J. Pierpont Morgan (1837-1913) e Henry Clay Frick (1849-1919), bem como para as crescentes coleções de alguns museus americanos.
- 11 Neste capítulo final dou especial enfoque ao caso de Samuel P. Avery (1822-1904), originalmente um artista gravador em madeira e em cobre que, após o casamento com a também artista e colecionadora de arte Mary Ann Ogden (1825-1911), em 1844, tornou-se ele próprio um negociante de arte, especializado na avaliação da autenticidade dos objetos artísticos. Enquanto membro do Union League Club de Nova Iorque, Avery participou na fundação do Metropolitan Museum of Art, sendo posteriormente conselheiro, não oficial, para as aquisições dessa instituição durante mais de 30 anos. Devido ao seu estatuto de líder e filantropo na alta sociedade de Nova Iorque, e ao respeito de que gozava entre os maiores colecionadores dessa cidade, conseguiu ao longo do tempo que parte de coleções importantes fossem doadas ao museu.
- 12 Neste livro destacam-se os textos introdutórios de cada capítulo, que no conjunto oferecem uma atualização bastante abrangente das questões relacionadas com a história do mercado de arte, ao mesmo tempo sugerindo a importância do alargamento deste campo de estudo através do cruzamento da historiografia e da história da arte

com outras áreas, como a economia, a antropologia e a sociologia. Simultaneamente, verifica-se a importância de novas ferramentas neste campo de investigação como, por exemplo, a digitalização, que permite atualmente aceder a um grande conjunto de dados, exponenciando o estudo da atividade de agentes e grandes colecionadores numa realidade histórica mais ampla.

- 13 Os diversos autores contribuem com ensaios originais que procuram redesenhar o alcance e a função dos mercados de arte ao longo da história, examinando-os no contexto das mais variadas práticas institucionais, redes de conhecimento, estruturas sociais, atividades de recolha e estratégias criativas. Ao introduzir um cruzamento de diálogos em diferentes momentos no tempo e contextos diversificados, este livro apresenta conteúdos que estabelecem um bom instrumento de trabalho para quem procura compreender os mecanismos de funcionamento dos mercados de arte.

AUTORES

FRANCISCO J. M. CAMBIM

Instituto de História da Arte, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade NOVA de Lisboa/IN2PAST – Laboratório Associado para a Investigação e Inovação em Património, Artes, Sustentabilidade e Território, Portugal, fcambim@fcsh.unl.pt, <https://orcid.org/0000-0001-5982-3974>