



VII Simpósio Nacional de História Cultural
**HISTÓRIA CULTURAL: ESCRITAS, CIRCULAÇÃO,
LEITURAS E RECEPÇÕES**

Universidade de São Paulo - USP

São Paulo - SP

10 e 14 de Novembro de 2014

**SALÃO NACIONAL DE ARTE DE GOIÁS –PRÊMIO FLAMBOYANT:
ANALISANDO O TRIÂNGULO ARTE – HISTÓRIA – MERCADO***

Sandro Tôres Batista**

INTRODUÇÃO – RELAÇÕES ARTE-HISTÓRIA-MERCADO

“Arte é o lugar da liberdade perfeita.”

Andrés Suarès

Há oito anos, entre julho e agosto de 2006, acontecia a última edição do Salão Nacional de Arte de Goiás – Prêmio Flamboyant, um modelo de fomento de um salão que pretendia preencher uma lacuna no Estado de Goiás nas artes visuais que perdurava 10 anos (a última edição de um salão de artes - com âmbito estadual - ocorreu em 1996, com o Prêmio BEG de Artes Plásticas¹), estabelecendo parceria entre a iniciativa privada

* Texto resultado de estudos realizados durante a disciplina do Programa de Pós-graduação em História da Universidade Federal de Goiás e na Rede Goiana de Pesquisa em Interartes: processos e sistemas interartísticos, intertextualidade, interculturalidade e estudos de performance, e também de estudos para apresentação no VII Simpósio Nacional de História Cultural- História Cultural: Escritas, Circulação, Leituras e Recepções, que se valeu de informações e também será usado como base para a redação da dissertação de mestrado sob orientação do professor Márcio Pizarro Noronha

** Mestrando no Programa de Pós-graduação em História da Universidade Federal de Goiás. Formado em Direito e Artes Visuais pela UFG. Integrante da Rede Goiana de Pesquisa em Interartes: processos e sistemas interartísticos, intertextualidade, interculturalidade e estudos de performance

¹ Banco do Estado de Goiás, fundado em 1935 e comprado pelo Banco Itaú em 2001, subsidiou 5 edições de um Salão de Artes que preconizava um novo momento de consolidação de novas linguagens artísticas no cenário goiano

e o poder público. Durou 6 (seis) anos e seis edições e nesse período selecionou e expôs 185 artistas de várias localidades do país, sob a curadoria de 3 (três) profissionais – nessa ordem: Waldir Barreto², Aguinaldo Coelho³ e Divino Sobral,⁴ cada um foi responsável por 2 (duas) edições – com perfis distintos de atuação, ora com uma ética, mais preocupada com as questões da arte, com as possibilidades de liberdade na expressão, ora mais política, preocupada em atribuir ao Estado o ônus do fomento da cultura como produção artística e não somente associada ao lazer das massas, entendendo o Estado aqui como mantenedor dos equipamentos culturais e definidor das políticas culturais que imprimirão os rumos estéticos, qualitativa e quantitativamente. Não nos deteremos em nossa pesquisa nas minúcias curatoriais, ao estilo de trabalho de cada de profissional e não o faremos apenas por considerar irrelevante para o aspecto histórico dessa pesquisa específica como um todo; apenas perpassaremos pelas definições necessárias como fios de uma meada maior. Ao todo o acervo ‘adquirido’ através do modelo de prêmio-aquisição foi de 55 obras, as quais ficaram para o acervo do MAC GO (na verdade foram mais de 55 obras para o acervo, considerando que alguns artistas acataram o pedido do então diretor do MAC GO, Sr. Gilmar Camilo,⁵ e doaram obras selecionadas não premiadas, apenas para fazer parte de um acervo institucional; tais dados serão apurados a contento e farão parte do registro dentro do projeto, da forma catalográfica documental), museu composto a partir de doação de outras coleções, como veremos mais detalhadamente no decorrer da pesquisa, auxiliado pela pesquisa também catalográfica do livro *Museus de Fora*.

A Visibilidade dos Acervos de Arte Contemporânea, do autor Dr. Emerson Dionísio G. de Oliveira⁶ (entrecruzamento de três áreas de conhecimento: história, arte e museologia), onde se debruça sobre essa questão da formação dos acervos de alguns museus brasileiros (09 ao todo de sua pesquisa), dentre eles o nosso MAC GO; esse

² O curador e crítico de arte carioca Waldir Barreto atualmente é professor da UFES

³ De família tradicional goiana, mas nascido no Rio de Janeiro, Aguinaldo Coelho é professor na UFG, Doutorando em Poéticas Visuais na UFG e atualmente é Secretário de Cultura do Estado de Goiás

⁴ Com formação não acadêmica, Divino Sobral é um destacado artista no cenário nacional e também realiza curadorias em arte

⁵ Gilmar Camilo é um dos pioneiros em Goiás da curadoria em arte, tal como conhecemos hoje dentro da cena contemporânea, tendo sido diretor da extinta Itaú Galeria nos anos 1980 e depois do MAC GO, no período de 1999 a 2006, tendo retornado a essa instituição de arte como curador em 2013, onde permanece até os dias de hoje)

⁶ Professor da UnB, Doutor pelo PPH UnB, Prof. Adjunto do Depto. Artes Visuais do Instituto de Artes da UnB e Prof. Consorciado do Curso de Museologia na mesma universidade.

levantamento do prof. Emerson Dionisio começou com sua tese de Doutorado defendida na UnB em 2009 intitulada: Memória e Arte: A (in)visibilidade dos acervos de museus de arte contemporânea brasileira. O que se viu não foi uma tentativa de levar a arte até o povo, ou, segundo a expressão “aonde o povo está”, mas sim, pra ser mais exato, levar o museu, com todo seu aparato de profissionais e definições de uso para um espaço eminentemente. Durante o período em que se instalava o Salão Nacional de Arte, um gigantesco espaço do estacionamento do então maior shopping do Estado, o Flamboyant Shopping Center, era ‘sacrificado’ ao custo do pretexto de uma preocupação do departamento de marketing do shopping de que o mesmo tinha essa responsabilidade social com a cultura, de estabelecer essa relação de fruição entre o público frequentador com um recorte – através de seleção feita por uma comissão nomeada pelo curador responsável de cada edição – do que havia de mais representativo na produção artística no cenário das artes visuais no Brasil. E a implantação do ‘museu’ no shopping contava ainda com uma superestrutura de paredes falsas, iluminação, refrigeração, ambientação, com direito a monitoria e ação educativa. Pretendemos compreender melhor essa relação estabelecida a partir de interesses comuns às partes: à instituição do museu – no caso, o MAC GO, Museu de Arte Contemporânea de Goiás, aparelho ligado à Secretaria de Cultura do Estado de Goiás, que emprestava seu *know how* e chancelava o evento, conferindo legitimidade ao mesmo, e o Flamboyant Shopping Center, que visava, através de um alto investimento, ter sua reputação associada ao fomento da produção artística, sob o risco de não atingir o objetivo de retorno midiático e mercadológico em sua estratégia de publicidade. Aliás, o risco era para ambas as partes, com possibilidades de prejuízos materiais e imateriais. Vale muito a análise historiográfica e, ainda mais, vale estabelecer as relações dentro de uma triangulação teórica entre HISTÓRIA-ARTE-MERCADO, conteúdos cujos arcabouços teóricos em leituras específicas farão parte da íntegra do projeto definitivo e de uma pesquisa sobre o referido salão de artes, perseguindo uma aproximação do locus da arte dentro dos pressupostos da história e em consonância com as definições de mercado num contexto mais amplo, de modo a dirimir as distâncias entre os campos do saber. As artes estão para a história como uma espécie de exemplificação do mundo do homem e de tudo à sua volta, seja na forma do estudo da iconografia, seja na forma da vazão psicanalítica, seja na forma do uso para mero registro historiográfico, entretanto, quando falamos de mercado, há e sempre houveram as polêmicas premissas para que arte e mercado estejam contidos na mesma sentença; isso talvez porque, desde as definições de Platão e Aristóteles os conceitos de arte distariam

da ideia de uma função aplicada, a não ser de ‘simulacro’ do mundo real, efeito ‘catártico’, sendo o artistas muitas vezes ao longo da história conhecida, considerados pejorativamente como diletantes em um mundo de necessidades reais e prementes; pois bem, se o homem criou o dinheiro e as finanças, é natural que a ideia de evolução e desenvolvimento humano esteja ligado diretamente à evolução econômica. A verdade é que quando pensamos em arte, pensamos em cultura e a cultura de uma forma geral, seja na acepção ampla de sua definição, seja aplicada à especificidade dos bens culturais, ainda que inclusiva de observações etnográficas e sociológicas, está diretamente enraizada na equivalência econômica, haja visto as produções artísticas reveladoras do status pujante de determinado período histórico (ou mais especificamente, local, líder, monarquia, dinastia, instituição), ou seja, quer-se mostrar sucesso ou inscrever um recado na história sobre esse lugar ou aquela pessoa? associe-a a uma rica produção artística. Poucas coisas demonstram mais riqueza que a arte; não é à toa que atingiu em nossos tempos os píncaros em valores pecuniários e como objeto de desejo (fetiche) e também, ironicamente, cujo mercado negro do contrabando ocupa a terceira posição, segundo qualquer fonte numérica de dados no assunto, só perdendo para drogas e armas. Esse pequeno (e, às vezes, esquecido) detalhe, conta muito sobre a humanidade, apenas para levantar um raciocínio para posterior desenvolvimento. Mas encerramos essa observação com as palavras de Theodore Adorno, quando ele diz “A indústria cultural impede a formação de indivíduos autônomos, independentes, capazes de julgar e decidir conscientemente”; tendo a figura do homem, aqui, colocado numa extremidade como mero objeto, ideologizado, manipulado, mero instrumento de trabalho; um verdadeiro objeto. Temos, claro, em Adorno, uma posição de extremo radicalismo num pensamento que ele estende às artes, ‘demonizando’ o mercado, os aspectos econômicos aplicados à criação artística. Na outra extremidade, como estamos analisando um objeto recente, lidemos com posicionamentos recentes, os quais, dentro de uma visão mais ortodoxa de mercado e economia de economistas e especialistas em situações financeiras, são muito pragmáticos e pouco simpáticos ao vocabulário artístico em suas pesquisas e estudos, atribuindo a outros fatores distantes do universo das artes os resultados práticos, tácitos e implícitos, da vida do homem na terra.

É extremamente relevante pensar nesse evento do Salão de Artes de Goiás como acontecimento da história das artes visuais em Goiás, e, além , é necessário registrar historicamente, fazendo os levantamentos documentais, levando em conta ainda é

possível por se tratar de episódios recentes na história goiana e do fato que o acesso à grande maioria dos envolvidos ainda é possível, aumentando a possibilidade de um trabalho de entrevistas, o que tornará a pesquisa mais fiel aos fatos. Também é interessante mencionar que este fora o último grande salão de artes do Estado; atualmente nessa posição de único salão nacional de artes em Goiás está o Salão Nacional de Artes de Jataí,⁷ sediado na cidade de Jataí, cidade de aproximadamente 100.000 habitantes, de economia eminentemente rural, situada ao sul do Estado de Goiás.

Em seu livro “Arte e Mercado”, o autor francês Xavier Greffe⁸ traça um panorama dessa relação arte-mercado com um capítulo inicial com o sugestivo título “a invenção da arte”, elencando tópicos afim de situar o leitor e pesquisador sobre o local da arte ao longo da história, começando pela arte rupestre, analisando a explicação da arte pela estética, pela magia, pelo xamanismo, as explicações estruturalistas, tudo isso antes de entrar na antiguidade clássica, na idade média, renascença e sucessivamente. É interessante como o autor tenta definir o papel do artista em cada momento da história da arte, seus deslocamentos de lugar e status, fazendo-o de modo a elucidar qualitativa e quantitativamente sobre a importância da arte nas sociedades. Essa ‘oposição’ entre arte e economia se baseia na separação de utilidade funcional e valor estético. Mas, em nossa pesquisa, o que, principalmente nos interessa é quando o prof. Xavier dedica um capítulo inteiro ao tema “Legitimação da arte pela economia”, onde nos conduz através de uma linha cronológica e de análise do impacto dos efeitos mercadológicos na apropriação das artes, mais especificamente o autor enumera um tópico que vai ao encontro do tema que pretendemos tratar o que, para os especialistas da área de economia, poderia ser considerado como “o uso da arte para reforçar a imagem das empresas”; Greffe diz que “as empresas não são mecenas, mas agentes integrais da política cultural. Elas têm estratégias culturais ligadas a suas finalidades, e é a partir daí que se pode saber se elas trazem soluções novas ou se, pelo contrário, só mudam de lugar as restrições encontradas pelos artistas” (GREFFE, 237). Temos configurada portanto a dicotomia desse modelo de fomento: de um lado o Estado, com suas premissas de caráter político, e do outro lado

⁷ Em sua 13ª edição em 2014, selecionou através de edital 37 participantes de 07 Estados brasileiros, premiando 03 participantes; Comissão de Seleção e Premiação: Paola Azevedo, Sandro Tôres, Suely Lima – a primeira profa. universitária em Uberlândia/MG e os dois últimos: autor desse texto e autora de tese fonte de referência

⁸ Professor francês Xavier Greffe tem publicado diversos artigos e livros na área de economia das artes e mídia; suas áreas de pesquisa estão relacionadas com a economia do patrimônio cultural e a relação entre cultura e desenvolvimento.

uma empresa cuja única finalidade é a profícua obtenção de lucro e, dessa forma, de imprescindível resultado numérico; na outra ponta está a sociedade que, de forma diferente, é vista como demanda por ambas as parceiras. Sobre isso o prof. Xavier discorre sobre as políticas adotadas pelas empresas na tentativa de ‘humanizá-las’; políticas que vão além do mecenato, mas chegam a funcionar muitas vezes, inclusive como substitutivas das políticas estatais. Tais políticas culturais das empresas, além de elementos sólidos de convencimento (investimento, publicidade etc), seriam neutras diante das escolhas estéticas; enquanto que, por outro lado, as instituições culturais ligadas ao Estado ou de subsistência mista, teriam que apelar para a empresas privadas porque, nas palavras do prof. Xavier, “...o dinheiro do Estado torna-se tão raro quanto impositor de obrigações” (GREFFE, 244). E a maneira de definir essas políticas culturais nos seios empresariais, sua iniciativa vem da vontade de assumir uma imagem inovadora e liberal, procurando com isso, evidente, estabelecer a correspondência da imagem de seus produtos que contribua para definir as relações sociais cotidianas. Na verdade é muito simples: legitima-se, através da arte, valores que possam ser considerados das empresas; seja na macroeconomia ou na chamada *low culture*, a cultura das minorias, a cultura digital. Para as empresas isso não importa; o escopo objetivado é um só: através de estratégias culturais, insere-se no contexto globalizado e na desverticalização dos papéis, pautando num predomínio crescente de imagens sobre palavras, de forma que se possa fundir oposições de estruturas sociais e atingir as metas em uma seara generalizada de consumo.

Qual a contribuição histórica dessa série de eventos para a cidade de Goiânia? Qual o legado do ponto de vista cultural? Cumpru seu papel como modelo de fomento cultural? Porque o Salão ‘Flamboyant’ durou apenas seis edições? Essas são algumas questões a serem levantadas no arrolar dos fatos, além de estabelecer o contexto da cena das artes visuais em que se inscreveu tal salão, questões essas esmiuçadas dentro de um elaborado projeto de pesquisa em andamento, retirando das centelhas de dúvidas algumas certezas transformadoras e, antes de tudo, reveladoras no que diz respeito ao registro histórico. Lembrando as palavras de um Prof.. da FAV UFG Dr. Luiz Edegar de Oliveira Costa⁹ em texto sobre o Salão Nacional de Artes de Goiás, sobre como seria a repercussão do salão na produção artística local: “e o faz no sentido de uma identificação de obras que

⁹ Professor Luis Edegar de Oliveira Costa, Ms Artes Visuais, UFRGS (1994), Dr. Comunicação e Semiótica, PUC SP (2001); é professor e ex-diretor da Faculdade Artes Visuais, UFG

tragam especificidades, como as mencionadas acima, traços característicos de uma produção de arte que se quer de superação de uma arte já fixada em âmbito local, superação de uma matriz modernista e regional”. Emenda dizendo: “Ao mesmo tempo quer se integrar, participar ou compor um circuito no qual vai buscar sua legitimidade e referência, uma vez que o meio de arte local não oferece uma consistência para isso. É uma exposição que tem o propósito de oferecer um mapeamento da produção emergente, vai enfim, constituindo com esses propósitos uma narrativa que reverbera vozes já instituídas, que repete bordões como diversidade, pluralidade etc, estratégias de repetição que agregariam um valor à exposição”. Outro aspecto levantado pelo Prof. Luis Edegar é a maneira como o público recebe esse turbilhão de novas informações, o que não é relevante para nossa pesquisa, pelo menos não nesse momento. A questão do público será mais relevante no tocante ao quantitativo, já que o aspecto qualitativo está bastante condicionada à visitação do shopping, público não necessariamente típico de mostras de artes. Os shoppings têm mecanismos muito precisos de aferição desse tipo de resultado, aliás, dependem disso para estabelecer suas estratégias de colocação de marca, de publicidade, de futuros empreendimentos. O shopping em questão fora erigido em Goiânia há pouco mais de 3 décadas e predominou absoluto como mais lembrado e visitado pela população goianiense durante boa parte desse período. Outros shoppings tão grandes quanto o Flamboyant vem, nos últimos anos, se instalando na capital, com igual ou maior capacidade de empreender, ancorado por marcas iguais ou maiores; isso fez com que ‘nosso’ shopping tivesse que se ‘mexer’, com ampliações, construção de polos gastronômicos, oferta de isenções para instalação de novas marcas âncoras e uma cereja vermelha e pontuda instalada nesse bolo de novas medidas de enfrentamento de concorrência: uma escultura da artista centenária japonesa radicada no Brasil há décadas Tomie Othake ‘reside’ agora no novo pátio do Flamboyant. Tal ousadia de marketing custou ao shopping algumas centenas de milhares de reais, uma ninharia do montante investido pelo departamento comercial nos últimos dois anos nessa empreitada de reposicionar a marca do shopping. Mas é possível que se fique sem resposta caso se pergunte aos imediatos de quem fez o cheque para pagar a escultura quem é Tomie Othake e o que uma obra dela representa no pátio do seu ambiente de trabalho; é possível que o público frequentador do shopping não tenha vaga ideia do que seja aquele objeto vermelho retorcido em seu caminho; é possível que a escultura per si não cumpra seu papel de ‘dotar’ o shopping de humanidade através do seu valor estético; é possível que

o shopping em breve adquira e exponha outras obras de arte em suas instalações continuando a perseguir seu propósito.

“Arte é aquilo que um determinado grupo social entende como tal no seu sistema de valores”.

(Marcel Duchamp)

Outra preocupação pertinente é suscitada pela Professora Dra. Suely Lima de Assis Pinto¹⁰ em sua tese ‘Arquivo, Museu, Contemporâneo, A Fabricação do Conceito de Arte Contemporânea no Museu de Arte de Santa Catarina – MASC/SC’ defendida no PPG História da UFG em 2011, no capítulo que a professora estabelece essa relação do museu de arte e a arte contemporânea, onde ela começa explicando a criação da maioria dos museus brasileiros e a perspectiva da formação de seus acervos, obedecendo geralmente a uma “política de aquisição definida pelos seus gestores, doadores, diretores, curadores e, em alguns casos, por artistas expositores, num contexto que na maioria das vezes envolve fatores históricos e interesses econômicos, políticos e sociais”. Em sua tese a professora Suely discorre sobre o aspecto da institucionalização da obra contemporânea nos museus de arte do presente – processo iniciado nas transformações da arte no início do século XX, com a modernidade na arte, exigindo grandes alterações nos espaços museológicos, idealizados aos moldes do século XIX - e a forma como esses passaram e continuam passando por um processo de atualização no âmbito de receber essas obras, considerando os mais inusitados processos de criação (processo-ação) e a monumentalidade das obras (obra-monumento), afinal, no estudo da história da arte, cabe lembrar que a arte contemporânea atua de forma diferenciada da arte moderna, que se referia a um período no qual existiam as vanguardas – aqueles grupos que estavam à frente do seu tempo e eram seguidos pelos demais. A arte de hoje é heterogênea e comporta vários pontos de vista simultaneamente. Cada artista apresenta sua visão singular e pode utilizar qualquer linguagem: pintura, escultura, instalação, performance, videoarte etc. Ainda pensando no aspecto da obra como monumento e/ou na ‘espetacularização’ – vista aqui como a ausência de uma única verdade, saturação

¹⁰ Suely Lima de Assis Pinto é Doutora em História pela UFG e atualmente é professora adjunta da UFG, Campus Jataí, com atuação em arte e arte-educação.

mediática de imagens, insegurança e instabilidade - inserido na sociedade pós-modernista como subterfúgio para lidar com suas demandas e urgências, a arte pode ser um instrumento de se fazer problematizar o contexto atual, propiciando às pessoas uma melhor digestão das múltiplas informações que recebem diariamente. Dessa forma, o modelo de exposição de artes visuais que seleciona artistas através de edital democrático e consonante com o padrão nacional de editais, está entre as teorias simpáticas de fomento, entretanto, há que se analisar os resultados em termos de impactos diretos. O que se viu acontecer nas últimas décadas foi uma espécie de padronização nos termos dos editais dos principais salões e concursos de arte brasileiros que, ao longo dos anos, com o advento principalmente do que chamaremos de *contemporaneização* da arte ou o advento da arte contemporânea¹¹⁴, com um significado de estudo em aberto sobre o processo de transição da arte moderna para as linguagens de vanguardas, conhecidas inicialmente como arte contemporânea – após os anos 90, viu-se surgir na maioria dos salões brasileiros uma necessidade de alinhamento de conceito e padrões estéticos nas suas escolhas de premiações e acervos – compelindo os salões já tradicionais e os novos para que se adequassem a essa “nova” realidade do rumo das artes visuais, das novas mídias, do processo interartístico, e, porque não, da influência dos modos de consumo e fomento artístico.

ENTENDENDO O TEMA NA BIBLIOGRAFIA

Vislumbrando um melhor entendimento das áreas de conhecimento citadas, com o propósito de edificar um texto esclarecedor e, conseqüentemente, uma pesquisa relevante no âmbito da história e das artes, com o viés da narrativa como fonte interpretativa e de referência, afim de estabelecer as relações entre memória e história da cultura, consideraremos também as leituras acidentais de publicações da época do Salão Nacional de Artes de Goiás- Prêmio Flamboyant (2001-2006), como jornais, revistas, livros, ensaios e artigos com relação no tema. Tentaremos, através das leituras, triangular HISTÓRIA-ARTE-MERCADO perseguindo uma compreensão maior do tema. E o faremos dentro de uma perspectiva de uma análise epistemológica dos saberes arraigados

¹¹ Fenômeno gradual de assimilação dos pressupostos artísticos pós-impressionismo, que desencadearam sucessivos e verdadeiras modificações na forma de postular arte, de trabalhar os objetos artísticos, de ver arte e de se entender os mecanismos artísticos, agora, desvinculados de regras ou padrões, seja formal ou materialmente.

e constituídos através dos anos de uso dos conceitos e definições. Estudaremos o período histórico que se inscreveu o salão, o levantamento do perfil dos objetos-arte expostos e o local que se prestou a receber essa manifestação cultural.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADORNO, Theodor W. **Teoria Estética**. São Paulo: Livraria Martins Fontes Lt., 1988.
- ADORNO, Theodor W. **Mínima Moralía**: Reflexões a partir da vida danificada. Trad. Luiz Eduardo Bisca. São Paulo. Editora Ática, 1992
- BAZIN, Germain. **História da História da Arte**. De Vasari a Nossos Dias. São Paulo: Livraria Martins Fontes Editora Ltda., 1989.
- GREFFE, Xavier. **Arte e Mercado**. São Paulo: Editora Iluminuras, 2013
- KLEIN, Robert. **A Forma e o inteligível**. São Paulo; EduSP, 1998.
- LACOUÉ-LABARTHE, Philippe. **A Imitação dos Modernos**. Ensaios sobre arte e filosofia. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- OLIVEIRA, Emerson Dionisio G. de. **Museus de Fora**. A Visibilidade dos Acervos de Arte Contemporânea no Brasil. Porto Alegre: Editora Zouk, 2010
- PINTO, Suely Lima de Assis. **Arquivo, Museu, Contemporâneo**, A Fabricação do Conceito de Arte Contemporânea no Museu de Arte de Santa Catarina – MASC/SC. Site: <http://repositorio.bc.ufg.br/>, 2011
- PRYKE, Michael/ DU GAY, Paul. **Take an issue: cultural economy and finance (Escolha uma questão: economia cultural e finanças)** (*Economy and Society* V. 36 N. 3. Agosto de 2007: 339-354)
- RILES, Annelise. **Market Collaboration: Finance, Culture, and Ethnography after Neoliberalism (Colaboração de Mercado: Finanças, Cultura e Etnografia Pós Neoliberalismo)**, *American Anthropologist*, Vol. 115, No. 4. Dezembro de 2013
- GOMPERTZ, Will. **Isso é Arte?** 150 Anos de Arte Moderna- Do Impressionismo até Hoje. Trad. Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro. Editor Zahar, 2012.

ANEXOS – IMAGENS

SITES DE BUSCA GOOGLE, WIKIPEDIA, YAHOO



(IMAGEM 1: FACHADA DO SALÃO NACIONAL DE ARTE DE GOIÁS, 5ª EDIÇÃO)



(IMAGEM 2: ESCULTURA DE TOMIE OTHAKE NO PÁTIO DO FLAMBOYANT SHOPPING CENTER)