



Fig. 1: Vincent Van Gogh, Campo de Trigo com Corvos, 1890, Museu Van Gogh, Amsterdã. Imagem: divulgação.

ENSAIO

O MÁRTIR CAPITALISTA

Van Gogh, na realidade, não é nem o “suicidado” bosquejado por Artaud, nem o “capitalista” pintado por van der Veen. É uma figura complexa que, a princípio, concebe a arte como missão...

ANNATERESA FABRIS
ABCA/SÃO PAULO

Em livro publicado em 1947, Antonin Artaud acusa a sociedade em geral e duas pessoas em particular de terem suicidado Vincent Van Gogh. Numa retomada da tradição romântica do artista como vítima da incompreensão de seus contemporâneos, o escritor traça o perfil de um Van Gogh marginalizado por uma sociedade incapaz de lidar com as faculdades divinatórias de algumas “inteligências extraordinariamente lúcidas”. Os culpados efetivos pela morte do pintor têm nome e sobrenome. Chamam-se Paul Gachet, que o aconselhou a sair para pintar num dia em que deveria ter recomendado repouso e solidão. E Theo Van Gogh, representante do “vampirismo da família”, que liquidou o irmão com o anúncio do nascimento do filho, despertando nele a sensação de ser “uma boca a mais a alimentar”. Wouter van der Veen, que afirma nunca ter compreendido o título do livro de Artaud - “Van Gogh, le suicidé par la société” - apresenta uma versão absolutamente diferente para o suicídio do pintor em 27 de julho de 1890. O gesto seria “uma derradeira estratégia, desejada,

calculada, cometida a fim de acelerar o retorno do investimento de Theo”, o qual, desejando estabelecer-se como marchand independente, estaria pondo em risco “um capital importante”, feito dos quadros e desenhos do irmão. Receando que suas obras fossem vistas como produções de um louco, o artista escolhe “morrer de paixão pela arte” para que o conjunto da obra se beneficiasse “de uma tragédia ideal”.

Essa conclusão sui generis já havia sido antecipada no momento em que o autor de “O capital de Van Gogh” (Porto Alegre: L&PM, 2018) se contrapõe às elucubrações de Artaud. Se este falara de “uma sociedade impiedosa”, na qual o artista não encontrou o seu lugar, tendo a morte como única escolha, van der Veen apresenta o perfil de alguém que havia “triunfado em seu projeto, ao preço de grandes riscos e dúvidas salutares. Ele era reconhecido, seu produto existia, coerente e reunido num mesmo lugar, e uma rede fora criada para promovê-lo e vendê-lo”. Não é por acaso que tal tipo de linguagem evoca a do departamento de marketing de qualquer

empresa capitalista. O autor, de fato, defende a tese de que “o mito de Van Gogh, o Miserável” não passa de uma “miragem histórica”. O artista era um rebelde privilegiado, proveniente de uma família burguesa, “que sabia exatamente o que estava fazendo”, isto é, constituindo um capital que se valorizaria com o tempo. Conhecedor do mercado de arte, “sabia especular, correr riscos calculados, imaginar o futuro e empreender em função de suas convicções”. Tendo começado a carreira em idade madura, tinha consciência de que não disporia de muito tempo para constituir sua obra. Guiado por um projeto determinado, não desejava o sucesso imediato, mas antes o reconhecimento. Sabia que deveria “construir um conjunto forte”, dedicar a isso o próprio corpo e utilizar materiais da melhor qualidade para que os quadros “pudessem atravessar o tempo, à espera de sua hora”. Embora não buscasse o sucesso, conheceu-o em vida e soube tirar partido da situação, “mesmo temendo suas consequências”.

ALGUNS ASPECTOS DA TRAJETÓRIA DOS IMPRESSIONISTAS NÃO SÃO TÃO DIFERENTES DA DE VAN GOGH...

Ainda que apresentada de maneira bombástica, a tese de van der Veen não é tão inédita, já que existem vários estudos dedicados às relações do impressionismo com o mercado de arte e o colecionismo, cujas origens remontam ao começo da década de 1870, quando Paul Durand-Ruel se torna o marchand de vários expoentes do grupo. Alguns aspectos da trajetória dos impressionistas não são tão diferentes da de Van Gogh. Se este tinha o amparo de Theo, muitos impressionistas foram sustentados no começo pela família e por amigos até despertar o interesse do marchand. Os três pintores que conheceram o maior sucesso comercial - Claude Monet, Pierre-Auguste Renoir e Edgar Degas - compartilhavam, segundo James Rubin, “um senso agudo de seus interesses materiais”, usando algumas obras como uma espécie de publicidade, visando um mercado preciso, estabelecendo relações de amizade com pessoas

que poderiam adquirir seus quadros ou promovê-los na imprensa. Essa intrincada rede de relações suscita duas indagações inter-relacionadas por parte de Rubin. Os impressionistas estavam adiantados em relação à própria época, conseguindo impor sua visão singular a um público cético? Ou seu trabalho vinha ao encontro de “necessidades insatisfeitas, manipuladas em seguida pelas partes interessadas”? A resposta não está nem no mito do artista incompreendido, nem na ideologia capitalista, mas numa combinação dos dois fatores. Rubin usa como exemplo de interação entre visão pessoal e mercado o surgimento de uma concepção serial em Alfred Sisley, Monet e Degas. Nascida da pintura ao ar livre, a série tem um atrativo comercial, derivado de sua proximidade do múltiplo. Tratava-se, porém, de um múltiplo dotado de unicidade e originalidade, fruto de uma pesquisa profunda e de um trabalho (quantitativamente) monumental. A conclusão do autor é bem ponderada: se bem que o conceito de série faça parte de uma estratégia comercial, isso não significa que o artista não

fosse sincero em sua busca da transcrição da experiência visual. O sucesso comercial fazia com que os artistas pudessem se concentrar nas questões puramente estéticas. Esse tipo de articulação complexa inexistia no livro de van der Veen, que usa a correspondência de Van Gogh de maneira a confirmar sua hipótese, descartando, portanto, toda evidência que possa pô-la em xeque. Isso fica bem evidente no tratamento dado ao artigo “Os isolados: Vincent Van Gogh”, publicado por Albert Aurier no “*Mercure de France*” de janeiro de 1890. O texto é apresentado como “uma medalha cujo reverso mudou consideravelmente as coisas para Vincent”. Ao despertar certo interesse pela obra, o crítico obrigava o artista “a manter-se no mesmo nível daqueles elogios”. Para valorizar o “capital constituído”, Van Gogh precisava afirmar-se como “artista sério, sólido, lúcido e trabalhador”. A cura tornou-se “uma obsessão. Garantir o valor do capital constituído exigia a capacidade de continuar a promovê-lo e alimentá-lo com novas peças e aquisições”. O conjunto da obra “precisava estar sempre em movimento, nas salas de venda e nas galerias, visto pelos críticos e pelo público... ou morrer no esquecimento e perder todo o seu valor”. A correspondência do pintor oferece um quadro bem diferente dessa assertiva triunfalista. Van Gogh, que havia suscitado perplexidade em Gustave Kahn pelo descuido no tratamento dos valores e da exatidão dos tons (1888) e em Félix Fénéon pela extravagância de “Noite estrelada” (1889), comenta várias vezes o artigo de Aurier, que o apresentava como um “realista” peculiar, interessado em estabelecer uma tensão entre



Fig. 2: Vincent Van Gogh, Autorretrato (1889). Imagem: divulgação.

subjetividade e objetividade. Depois de afirmar que o artigo deveria ter como alvo o impressionismo (1 de fevereiro), insiste na ideia de que a análise deveria ser aplicada a Paul Gauguin e a Adolphe Monticelli (12 de fevereiro), pois ele desejava seguir na senda dos outros artistas (15 de fevereiro) interessados como ele na cor e em seus efeitos (meados de fevereiro). Finalmente em 29 de abril, pede a Theo para solicitar que Aurier não escrevesse mais artigos sobre ele, pois não desejava “enfrentar a publicidade”. Se fazer quadros era uma distração, ouvir falar deles causava-lhe muito desgosto.

O crítico tinha razão em sublinhar a originalidade dos céus e da “natureza excessiva” do pintor, mas este não se reconhecia nas ideias de unicidade e “isolamento”, já que desejava sentir-se parte da história da arte e das concepções criativas de seu tempo. Por isso, projeta-se em algumas figuras exemplares como Jean-François Millet, Monticelli e Eugène Delacroix e planeja a constituição do Ateliê do Sul, concebido como um laboratório de experimentação artística, projeto

inviabilizado pelo desastrado convívio com Gauguin entre 23 de outubro e 23 de dezembro de 1888 na Casa Amarela de Arles. Van der Veen, ao contrário, insere este episódio no âmbito da “campanha do Midi”, norteadas por três objetivos: explorar a possibilidade de vender quadros contemporâneos em Marselha; montar um ateliê para receber vários artistas e “otimizar as entradas e saídas orçamentárias próprias à atividade”; constituir um conjunto coerente de quadros e estudos inspirados na Provença. Se os dois primeiros objetivos fracassaram, o terceiro foi bem sucedido. Van Gogh empenhou-se na criação de quadros “vendáveis, imbuídos de um valor no mínimo igual a seu custo de produção”, organizados em séries, “segundo uma lógica programática”; pintou retratos, paisagens e naturezas-mortas, fáceis de vender e, por fim, “obras-primas acabadas, maduras, as joias da coroa do conjunto”.

COMO QUALQUER ARTISTA, VAN GOGH QUERIA VIVER DO PRÓPRIO TRABALHO E CHEGA A PENSAR NUMA ESPÉCIE DE COOPERATIVA...

Se os trechos de cartas selecionados a dedo pelo autor parecem confirmar a tese de que os irmãos Van Gogh haviam constituído uma verdadeira sociedade entre 1886 e 1890, na qual Vincent “fazia os quadros e pesquisava o mercado” e Theo “era o tesoureiro necessário aos investimentos e se ocupava das vendas”, a leitura do conjunto da correspondência não permite avaliar essa ideia tão pacificamente. Embora em muitas cartas o artista declare não desejar o sucesso e lamente a necessidade de depender do dinheiro para viver, ele tem plena consciência do dilema vivido pelo artista moderno numa sociedade que vê a operação individual e livre da criação como um produto a ser inserido num circuito moldado pelas regras da produção capitalista. Se, em setembro de 1888, escreve ter “mais possibilidade de lucrar com a pintura do que com o desenho”, isso não faz dele o frio capitalista vislumbrado por van der Veen, que calcula cada passo a ser dado tendo em vista o sucesso futuro. Como qualquer artista, Van Gogh queria viver do próprio trabalho e chega a pensar numa espécie de cooperativa,

financiada pelos artistas de sucesso (Degas, Monet, Sisley, Renoir e Camille Pissarro) e por alguns peritos, e integrada por Gauguin, Georges Seurat e Armand Guillaumin, entre outros, usando um argumento ponderável: se os grandes impressionistas do “Grand Boulevard” doassem alguns quadros, que passariam a ser propriedade comum, manteriam seu prestígio e os outros não poderiam mais acusá-los de “guardar para si as vantagens de uma reputação adquirida, sem dúvida, por seus esforços pessoais e por seu gênio individual [...], e mantida atualmente também pelos quadros de todo um batalhão de artistas que, até o momento, trabalham numa miséria contínua” (10 de março de 1888).

Van Gogh, na realidade, não é nem o “suicidado” bosquejado por Artaud, nem o “capitalista” pintado por van der Veen. É uma figura complexa que, a princípio, concebe a arte como missão, como uma “dívida” em relação ao mundo, ao qual deseja deixar “lembranças em forma de desenhos ou de quadros [...] feitos [...] para expressar um sentimento humano sincero”. Se essa determinação está

enraizada no calvinismo, doutrina para a qual o fiel deve deixar aos outros um mundo melhor daquele que encontrou ao nascer, isso não significa que o artista, como pretende van der Veen, tenha assimilado a ideia de que o indivíduo deva contribuir para a prosperidade comum “por meio do gênio empreendedor”. Sobretudo depois da estada em Paris (1886-1888), Van Gogh começa a perceber que a dedicação integral à pintura tinha um alto custo material e psicológico. Não consegue, porém, renunciar ao ato criador porque, confrontado com a escalada da doença, vislumbra nele a possibilidade de redenção pelo trabalho. Nesse percurso acidentado, contribui para o bem comum à própria maneira: vê-se como alguém que está abrindo caminho (depois de Édouard Manet) para o pintor do futuro, que será um “*colorista como jamais houve*” (5 de março de 1888). Morto no momento em que começaria a ser reconhecido, sua trajetória se conclui quando uma nova geração se inspira nele para um novo modo de fazer pintura, alicerçado na cor e nas marcas deixadas na tela, capazes de transmitir a expressão por

si, sem necessidade do motivo. Este é o verdadeiro capital de Van Gogh, não sua fortuna material póstuma, fruto de determinações que provavelmente não seriam de seu agrado.