

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
Instituto de Economia



1290000784



TCC/UNICAMP M314c

MONOGRAFIA DE GRADUAÇÃO

"A CONVENÇÃO TORNANDO UMA PINTURA CONTEMPORÂNEA UM ATIVO"

A ARTE DO NEGÓCIO DA ARTE

aluna: Isabel Maria Bueno Manani

orientador: Dr. Bastiaan P. Reydon



Campinas, dezembro de 1992

TCC/UNICAMP
M314c
IE/784

784/784

SUMÁRIO

Introdução

CAP. 1-Evolução do mercado de arte no Brasil

1.1. O mercado de arte

1.2. Periodização

1.2.1. Primeiro período: Formação do mercado

1.2.2. 1965 a 1970: Consolidação

1.2.3. 1970 a 1974: O *boom* e a queda

1.2.4. 1975 a 1979

1.2.5. 1980 a 1987

1.2.6. 1988 até hoje: Indefinições do mercado

CAP. 2- A pintura enquanto ativo

2.1. Determinantes do preço de demanda do ativo

pintura e seu mercado

2.1.1. A não existência de Q

2.1.2. O custo de manutenção

2.1.3. A liquidez

2.1.4. O atributo a

2.1.5. Preço e mercado

2.1.6. Análise do mercado de pintura

2.2. As expectativas e a convenção

CAP. 3- Estudo de Caso: o pintor Antonio Roseno de Lima

3.1. Histórico

3.2. Transformação da pintura em ativo: o papel da convenção

Resumo e Conclusões

Bibliografia

Introdução

Esta monografia versa sobre a transformação de uma obra de arte em um ativo, isto é, a passagem da obra de valor artístico ao âmbito do mercado, adquirindo valor monetário.

O mercado de arte é pouco estudado, o que implica em escassa bibliografia sobre o tema. Dentro da bibliografia encontrada não há menção à transformação da obra de arte em ativo, núcleo central deste trabalho.

Quanto ao material de pesquisa, foram utilizados revistas, artigos de jornais, livros sobre o mercado de arte e bibliografia teórica, além de entrevista.

Esta monografia tem como objetivo analisar o mercado de pintura contemporânea buscando explicar como se dá a entrada de uma obra de arte no locus de transações oficiais, isto é, a transformação desta obra em ativo. Para isso, observou-se quais os agentes relevantes no ingresso de uma obra no mercado (a que denominamos vanguarda) e como se dá o processo de formação de uma convenção em torno das possibilidades de valorização desta obra por estes agentes.

A monografia procura interpretar o mercado de arte a partir de uma abordagem pós-keynesiana, o que implica em uma específica interpretação que se estende da lógica do funcionamento do sistema capitalista até o papel dos diferentes ativos, entre eles, a pintura. Dada a amplitude do tema, esta é apenas uma primeira incursão, significando que há muito ainda a ser pesquisado e explorado dentro desta temática.

É importante ressaltar que o estudo se restringe aos

locus de transações oficiais e ao mercado de arte no Brasil.

O primeiro capítulo sobre a evolução do mercado de arte no Brasil, trata das etapas de formação e consolidação do mercado de arte, quais os seus investidores e quais as especificidades do mercado. Neste mesmo tópico faz-se a periodização das transações efetuadas no mercado, com uma análise geral do mercado de arte brasileiro procurando visualizar os seus ciclos.

Neste primeiro capítulo procura-se entender qual a dinâmica do mercado de arte dentro da economia capitalista, ou em outras palavras, qual a lógica predominante nas transações deste mercado. A finalidade deste capítulo está em definir quais os ciclos evolutivos do mercado, desvendando com isso, quais os momentos em que pode se dar o processo de entrada de pintores no mercado.

O mercado de arte, como os outros mercados de ativos, tem inter-relação com a dinâmica da economia do país assim como sofre interferência de outros mercados. É neste sentido que se busca saber em que medida estes fatores auxiliam ou dificultam a entrada de um novo pintor no mercado. No caso Roseno 1, o momento de queda nas vendas devido aos altos preços de obras consagradas auxiliou sua entrada à medida que o interesse dos investidores se voltava para obras de menor preço e maior possibilidade de valorização.

A explanação teórica do estudo da pintura como ativo é feita no segundo capítulo. Neste, a obra de arte é

1 O estudo de caso sobre o pintor Roseno é objeto do terceiro capítulo.

analisada enquanto um ativo levando-se em conta as determinantes do preço de demanda dos ativos : o rendimento Q , o custo de manutenção, a liquidez e a valorização patrimonial. Os seus atributos de liquidez e de valorização patrimonial têm destaque.

No momento em que surge a convenção a respeito da obra de um artista, como é o caso de Roseno, as expectativas em relação aos seus atributos de valorização patrimonial "a" e de liquidez conferem à obra o caráter de ativo de interesse do agente capitalista na composição de seu portfólio.

No caso Roseno, a partir da convenção deu-se a aceitação da obra do pintor no mercado de arte, o que conferiu aos seus investidores um ganho patrimonial "a" no momento de sua entrada, quando suas obras foram vendidas em uma galeria.

O segundo item do capítulo dois apresenta as expectativas em relação à valorização do ativo e a formação da convenção. A convenção no mercado de arte se forma a partir do encaminhamento da obra por uma vanguarda, que introduz os movimentos do campo artístico no mercado.

O terceiro e último capítulo é um estudo de caso de um pintor que tem ingresso no mercado através da formação de uma convenção em torno de sua obra. O pintor Roseno teve sua pintura assimilada por uma vanguarda que, a partir de um comportamento convencional, tornou sua obra um ativo.

Em todos os capítulos, a preocupação central gira em torno da aceitação da pintura enquanto um ativo.

Capítulo 1- Evolução do mercado de arte no Brasil

Este capítulo apresenta a evolução do mercado de pintura no Brasil. Pretende-se apenas mostrar a dinâmica geral deste mercado para se dar uma idéia de sua importância e de suas peculiaridades, assim como perceber em que medida o momento do mercado geral interfere em um mercado específico.

Este tópico procura estabelecer ligações entre os determinantes econômicos da valorização da pintura e os demais condicionantes de caráter subjetivo tais como o gosto do comprador, preferências culturais, entre outros.

No item " O mercado de arte " dar-se-á uma idéia geral sobre o funcionamento deste mercado, as suas etapas formadoras e analisar-se-á quais os tipos de investidores.

A explanação sobre a periodização do mercado se encontra no item seguinte onde será visualizada a evolução das vendas e dos preços das obras de arte.

1.1 O mercado de arte

Uma especificidade do mercado de pintura é que neste, além de atuarem fatores eminentemente econômicos, os subjetivos têm uma importante participação. De acordo com Costa (1989:111) "...as variações nos preços dos objetos de arte não são explicadas apenas por fatores de ordem econômica, mas também por razões culturais, psicológicas e sociais".

Os fatores de ordem econômica podem explicar os períodos de mais intensa comercialização de obras de arte mas, não conseguem explicar variações de preços decorrentes das preferências culturais dos aplicadores. Assim, em certas épocas, valorizam-se mais os artistas acadêmicos e em outros momentos, sobem mais as cotações dos modernistas, ou dos contemporâneos.

Neste estudo o caráter econômico das transações de obras de arte será analisado através da escolha deste tipo de ativo para compor o portfólio dos agentes, como alternativa de aplicação e será abordado em quais momentos são adquiridas obras de pintores emergentes ou consagrados.

Quando o agente capitalista escolhe para a composição de seu portfólio, ou seja, como alternativa de valorização de sua riqueza, uma obra de arte, deve estar atento às expectativas do mercado e ao tipo de pintura que está adquirindo (acadêmica, moderna, contemporânea).

As obras de artistas novos quando se valorizam, a porcentagem de ganho ² é maior do que a de autores já consagrados no mercado, devido a seu preço inicial ser mais baixo além do fato de estar mais sintonizado com as novas tendências da arte. Porém, para que um artista entrante tenha sua obra aceita como um ativo é necessário que a crítica, os experts e os demais agentes do mercado a legitimem como tal.

Desta forma, o mercado de arte possui um dinâmica própria decorrente dos movimentos que ocorrem no campo das

² Este ganho refere-se ao atributo "a" e será discutido no capítulo 2

artes plásticas. Assim, quando se conforma uma nova tendência artística, o mercado pode responder favoravelmente de forma a chancelar como arte (e como ativo) um novo tipo de pintura. Pode ocorrer a criação de uma nova tendência artística sem que o mercado a reconheça como alternativa de investimento, no momento em que esta se conforma. Por exemplo, as obras dos modernistas que surgem na "Semana de 22" só obtiveram aceitação no mercado a partir da década de sessenta.

O processo de chancela da obra de arte pelo mercado ocorre na formação de uma opinião média a respeito das suas possibilidades de valorização. Um paralelo com esta formação de expectativas em relação ao mercado e ao surgimento de uma opinião média em relação ao ativo é a idéia de convenção. Keynes denominou convenção esta opinião média dos agentes quanto às expectativas de valorização do ativo.

A convenção se processa, definindo a hierarquia das pinturas, nos leilões e nas vernissages, na presença de críticos e experts em arte. Costa (1989:112) coloca esta idéia indiretamente na seguinte passagem: "...a compra em uma vernissage traz a vantagem de contar com a avaliação dos críticos de arte que podem ajudar na cotação do valor real da obra."

O estudo do mercado de arte tem como componente central a idéia de convenção. Mas para se entender a dinâmica deste mercado (e da própria convenção), é necessário saber previamente como se dá a atuação de seus agentes, qual a sua origem e como se desenvolveu.

Pode-se caracterizar dois momentos na consolidação do

mercado de arte. Em primeiro lugar, ocorre a etapa de formação onde se estabelece, segundo critérios de um marchand, quais os artistas que terão participação no mercado e qual a clientela a que se destina determinadas obras. O segundo momento, consequência do primeiro, é o da unificação, quando surge um mercado secundário amplo, formal ou informal, em torno de artistas já consagrados no meio artístico e também já valorizados. Nas palavras de Durand (1989:210-211) "... o mercado de arte enfrenta pelo menos dois momentos distintos: o de formação, em que cada marchand desenvolve sua clientela restrita e reúne um grupo de artistas para atendê-la, e o de unificação, no qual, pelas vendas públicas, pelo acesso ao investimento e pela formação de cotações, se organiza um mercado formal e informal de revendas em torno das obras mais consagradas e da fração mais rica da clientela."

A clientela que se forma na etapa de unificação do mercado constitui-se de diferentes tipos de aplicadores em arte. De acordo com o jornal Folha de São Paulo (8.janeiro.1986), os investidores podem ser classificados em seis tipos distintos: o especulador, o influenciador, o acumulador, o jovem audacioso, o investidor desconhecido, os compradores grupais. A classificação aqui adotada é bastante abrangente e explica como atuam os agentes deste mercado. Esta classificação será utilizada no estudo de caso, terceiro capítulo.

O conceito de especulador no mercado de arte se aproxima da definição keynesiana. De acordo com Keynes (1983:114) apud Costa (1989:29), o especulador "emprega a inteligência em antecipar o que a opinião geral espera que

seja a opinião geral". O especulador adquire aproximadamente cinco a sete obras de um artista que está sendo muito comentado, espera alguns meses e revende na alta.

O influenciador frequenta as galerias, compra muitas obras e adota uma tática de influenciar outros agentes para que adquiram o mesmo autor de modo a valorizar suas próprias obras.

O acumulador é também um influenciador mas tem como objetivo a formação de uma coleção histórica cujo destino geralmente é o museu. No Brasil, estes investidores são raros não passando de cita na atualidade.

O perfil do jovem audacioso é o de empresário que investe em várias áreas, entre elas o mercado de arte. Este investidor não objetiva formar uma coleção histórica porém, quer adquirir obras de grande valor financeiro e cultural.

O aplicador que está se iniciando no mercado é caracterizado como investidor desconhecido. De acordo com Costa (1989:10) "normalmente é um empresário com informação visual razoável e está sempre muito atento em preservar o dinheiro que ganha".

Os compradores grupais caracterizam uma prática nova de comprar quadros. De acordo com o jornal Folha de São Paulo (8.janeiro.1986), estes "organizam-se em grupos e o dividem em quatro, e cada equipe busca investir em setores diversificados. O grupo que fica com as artes plásticas demora muito para fazer suas compras..."

De um modo geral, o investidor em arte possui uma carteira de ativos diversificada. De acordo com Costa

(1989:10)"...normalmente possuem aplicações em títulos públicos e privados, imóveis, dólar, caderneta de poupança, e demais formas de aplicação"

A aplicação em obra de arte, em geral, representa um investimento satisfatório a médio e a longo prazo. Segundo Costa (1989:111), "os especialistas fixam um prazo de cinco anos para que se saiba se o investimento realizado em obras de arte foi bem sucedido ou não. Se neste prazo o valor da obra não atingir 100% do rendimento em dólar, entendem que o negócio realizado não obteve um rentabilidade satisfatória."

De um lado existem os investidores, de outro os ofertantes: galeristas, leiloeiros, intermediários (freelancers) e os próprios artistas. As vendas no mercado de arte se concentram nas galerias de arte, em vernissages, nos leilões ou no atelier do artista.

De acordo com os dados coletados no jornal Folha de São Paulo (agosto, 1989) estima-se que o volume transacionado em um ano (tendo como base 1989) por uma grande galeria seja algo em torno de até um milhão e duzentos mil dólares.

1.2 Periodização

O primeiro período do mercado de artes no Brasil é o de sua formação, que pode ser delimitado pelas datas de 1947 a 1965. Anteriormente ocorriam transações esporádicas de obras de arte mas sem caracterizar um mercado. De acordo com Gouvêa (1984): "Desde o século XIX existiram, é verdade, leilões e colecionadores, mesmo uma que outra

galeria, no século XX seu número foi gradativamente aumentando. Mas 'mercado de arte', com todos os seus componentes, todo o circuito que se substancia, esse é mesmo coisa muito nova em nosso país..." O início do desenvolvimento do mercado de arte no Brasil data de 1947 a 1965.

A segunda fase se dá a partir de 1965 com a abertura de leilões com finalidade comercial e se estende até 1970. Ocorre uma expansão gradual nas vendas, no número de leilões, solidificando a estrutura do mercado.

O terceiro período caracteriza-se por um acréscimo nas transações a partir de 1970 e se finda com uma queda abrupta nas vendas em 1974. De 1970 a 1973 o mercado apresenta um *boom* nas vendas decorrente do momento econômico vivido pelo país. Em 1974 ocorre uma queda considerável nas transações deste mercado.

O quinto período se estende de 1975 a 1979 retomando um ritmo ascendente mas com oscilações. O número total de leilões aumenta mas o valor negociado oscila e tende a declinar.

A partir de 1980 ocorre a ampliação do mercado para além do eixo Rio-São Paulo. Ocorre um novo *boom* durante o Plano Cruzado e uma queda no momento posterior ao Plano Bresser. As oscilações que o mercado sofre, principalmente na segunda metade da década, são decorrentes das políticas governamentais.

O período de 1987 até hoje pode ser caracterizado por um comportamento errático do nível de transações do mercado.

1.2.1. Primeiro período - Formação do mercado

De acordo com Bardi (1984), em 1947, data de inauguração do MASP, havia em São Paulo, uma única galeria de arte.

Nos anos cinquenta, a maioria das galerias instaladas em São Paulo era de arte acadêmica. No final da década de cinquenta, houve uma alteração: as galerias de arte acadêmica perderam espaço para as lojas de arte moderna.

Em suma, de acordo com Durand (1989) entre 1949 e 1963 se deu a fase de consolidação e do declínio das galerias de arte acadêmica e emergiram as galérias de arte moderna.

Segundo Durand (1989) no início dos anos sessenta, houve o despontar das galerias de arte moderna juntamente com o aparecimento de leilões de pintura com finalidade benemerente. Os locus de transação nesta época eram as galerias e, a partir de 1961, os leilões, além do atelier do artista.

Para se ter uma idéia do tamanho do mercado, em 1961, o Primeiro Grande Leilão Beneficiente alcançou 13,8 milhões de cruzeiros com arremate de 280 peças.

1.2.2. 1965 a 1970 - Consolidação

A partir de 1965 deu-se início a uma prática inédita: os leilões abertamente comerciais. Para estes leilões, os organizadores compravam pintura brasileira moderna em grandes lotes e a preços irrisórios. Porém o rendimento destes primeiros leilões não atingia cifra muito alta. Os leilões que se sucederam entre 1965 e 1970 tiveram arre-

matados apenas 10 a 15% dos lotes ofertados. Observa-se que autores muito valorizados a partir de 1971 não tinham sido objeto de nenhuma oferta. Entre eles, Di Cavalcanti, Portinari, Ismael Nery, Volpi entre outros ligados ao modernismo.

1.2.3. 1970 a 1974 - O boom e a queda

Entre 1970 e 1973, o mercado viveu sua euforia, ocorreu um pico de vendas decorrente do período conhecido como "milagre econômico". Nesta etapa deu-se a expansão de leilões específica ou predominantemente de pinturas. Segundo Durand (1989:196) "Reportagens de grande imprensa e de revistas de negócios contavam as altas cifras transacionadas e de estupendas espirais de valorização."

De acordo com Pinho(1988:109), no momento de superação da recessão econômica nos anos setenta, isto é o "milagre econômico brasileiro", houve também um "milagre" no mercado de arte;..."há um verdadeiro boom de vendas em São Paulo, com crescente demanda de artistas já consagrados (Tarsila, Segall, Di Cavalcanti, Portinari, Nery, Volpi, Graciano e outros)..."

Houve nesta época um crescimento de vendas resultado, segundo Pinho (1988:109-110), de especulações da Galeria Collectio que havia conseguido crédito de financeiras da ordem de 40 ou 50 milhões de cruzeiros. "Este montante, fraudulentamente injetado no mercado, teve na Collectio uma espécie de banco de desconto de outros marchands brasileiros" . Já de acordo com Durand (1989:196), a Galeria Collectio, a principal do mercado, "...teria sabido

aproveitar o momento mais propício para sensibilizar o sistema bancário e o mundo de negócios, abrindo linhas de financiamento para aquisições, e atraindo para objetos de arte parcela do capital especulativo que abandonava às carreiras a Bolsa de Valores."

O boom do mercado deveu-se à crise na Bolsa de Valores e à grande disponibilidade de capitais pelo público interessado em adquirir obras de arte.

De acordo com Durand (1984:185) há uma relação entre a crise da Bolsa de Valores em julho de 1971 e o crescimento das inversões no mercado de artes. A prova disto é a de que cerca de 70% dos compradores em leilão em 1974 haviam entrado no mercado a partir de 1971. "...quando se tem em conta que a grande maioria dos investidores pessoais da Bolsa comprou ações por um período de tempo muito curto (de 1969 a 1971), que os experts em investimento começavam a insistir em objetos de arte como alternativa a ações e imóveis, e que parte também predominante dos compradores em leilão fazia suas primeiras aquisições em pregão a partir de 1971, não há como negar que ambos os públicos em algum ponto se sobrepusessem."

Ao lado dos leilões, outro indicador importante do estabelecimento e crescimento do mercado de arte foi o surgimento de novas galerias. Segundo pesquisa IDART/1977, a grande maioria das galerias de São Paulo havia sido fundada, em ritmo progressivo, a partir de 1967. "...Em consequência do boom artístico, o total de galerias praticamente dobra em São Paulo, ultrapassando uma centena em 1972; aumenta também o número de leilões, críticos de arte e experts." (Pinho, 1988:110).

Após o surto inicial compreendido entre 1971 e 1973 com um crescente número de leilões houve um declínio na procura em 1974. Segundo Pinho (1988), em 1974, o mercado de arte refletiu as dificuldades do país com o "choque" do petróleo. De acordo com gráfico 2 de Durand(1989:188), onde se vê o número total de leilões e o valor negociado, observa-se a elevação das vendas em leilão a partir de 1970 até o declínio em 1974, comparativamente com a curva ascendente do número total de leilões.

1.2.4. 1975 a 1979

Depois do boom e da queda em 1974 o mercado retoma ritmo ascendente embora oscilante nos anos seguintes. De acordo com o gráfico de Durand (1989:200) o número total de leilões a partir de 1975 aumenta de aproximadamente 35/ano para 80/ano em 1979 porém, o valor negociado oscila com tendência à queda.

Em 1975 o mercado apresenta uma retomada nas vendas mas em nada comparável ao surto anterior (1970-1973). Nos anos seguintes a demanda por obras de arte apresenta oscilações apesar do esforço dos marchands em tentar incrementar suas vendas. Em 1979 de acordo com Pinho(1988) o mercado sofre uma queda devido à crise do petróleo.

1.2.5. 1980 a 1987

Segundo Pinho(1988) nos anos oitenta surgem mercados pela pluralidade de concepções artísticas e pela ampliação

2 O gráfico se encontra no final deste capítulo.

tanto do lado da oferta quanto da demanda, além do eixo Rio-São Paulo. Capitais de outros estados e cidades que são pólos de desenvolvimento passam a se integrar ao mercado e promover exposições com diferentes tendências artísticas, dos neoclássicos aos pós-vanguardistas. Apesar disso, o eixo Rio-São Paulo continua a se destacar no mercado brasileiro de pintura.

A partir de um quadro comparativo de preços de obras de arte de alguns artistas significativos onde se coloca o preço pago em 1971, o mesmo preço corrigido em novembro de 1985 e o preço de mercado da obra também em novembro de 1985, podemos verificar a valorização considerável das obras.³

Em 1986, com o programa governamental de estabilização macroeconômica, o Plano Cruzado, o mercado de arte recebe novo impulso. A obra de arte desperta novo interesse como repositório de valor financeiro visto que o mercado de outros ativos líquidos especialmente o mercado financeiro não possibilita, neste momento, grandes ganhos especulativos. As vendas em leilão e fora dele, apresentaram um acréscimo levando-se em conta o fato de as obras serem comercializadas através de um sistema de crédito, além de não sofrerem aumento de preço. O boom do mercado porém, dura pouco devido ao fracasso do plano econômico no início de 1987.

Em 1986, segundo pesquisa do Datafolha (Folha de São Paulo, 3.outubro.1986) junto as quarenta mais importantes galerias de São Paulo, constatou-se que a euforia do

3 O quadro comparativo foi retirado da Folha de São Paulo e se encontra no final deste capítulo.

mercado restringiu-se as obras de artistas brasileiros e novos. Este comportamento se explica pelo fato de que os pintores emergentes representam maior possibilidade de ganho em comparação com artistas antigos no mercado e já sobrevalorizados. Constatou-se também nesta pesquisa, que adquiriram mais obras de arte em primeiro lugar os investidores (o especulador, o influenciador, o jovem audacioso, o investidor desconhecido), em segundo colecionadores (o acumulador) e compradores para fins culturais e por último os decoradores.

Segundo informações do jornal Gazeta Mercantil (28.maio.1987) no ano de 1987, o mercado de arte apresenta uma crise (o mesmo também ocorre no mercado de terras). Parte da origem da crise estaria no próprio mercado (artificialidade dos preços) e parte na conjuntura econômica desfavorável. As indefinições de política econômica, na medida em que dificultam as decisões de investimento e as vendas, tem uma parcela de culpa. Os juros altos atraem os investidores para os ativos financeiros, mesmo porque, a curto prazo, o investimento em arte dificilmente supera a aplicação financeira. De acordo com Costa (1989:113) "períodos de taxas de juros elevadas, em que a remuneração dos títulos financeiros é alta, representam momentos de baixo volume de negócios no mercado de arte. Situações de queda da taxa de juros são acompanhadas pelo crescimento do volume de negócios no mercado artístico".

Além disto, o problema do mercado de arte em 1987 se explica pelo fato dos preços terem sido muito elevados após o Plano Cruzado, chegando a níveis irreais em

comparação com o mercado internacional. O testemunho de um colecionador na época era o seguinte: "Se quisermos comprar uma obra brasileira, é melhor ir a Sotheby's, que vende mais barato do que dentro do próprio Brasil".

1.2.6. 1988 até hoje- indefinições do mercado

Com base no jornal Folha de São Paulo (5.novembro.1989) nos anos de 1988 e 1989, após o fracasso do Plano Bresser, abriu-se um processo hiperinflacionário mais aberto, no qual uma das principais características foi a conversão de ativos financeiros em ativos reais. Neste momento, o mercado de arte apresentou um bom momento para compra. Ao mesmo tempo, os autores contemporâneos (como Milton Dacosta, Manabu Mabe, Tomie Ohtake) apresentaram preços mais baixos enquanto os autores acadêmicos que estavam em moda (como G. Castagneto, Pedro Alexandrino, E. Visconti) tinham seus preços mais elevados.

Para se ter uma idéia, no mês de agosto de 1989, segundo dado da Folha de São Paulo, uma galeria média transacionava cerca de US\$ 100 mil.

De acordo com o jornal Folha de São Paulo (29.julho.1990) em julho de 1990, o mercado de artes apresentava vantagens de aplicação devido à queda na rentabilidade das aplicações financeiras e à insegurança gerada pelo bloqueio dos cruzados praticado pelo Plano Collor.

Segundo a revista Exame (23.janeiro.1991) em 1991 o mercado apresentava uma crise nas vendas e os preços

caíram sensivelmente: em 1989, uma tela de Di Cavalcanti era negociada por 100.000 dólares, podendo chegar a 200.000; em 1991, um quadro do mesmo autor foi transacionado por 40.000 dólares.

De acordo com a revista *Veja* (8.abril.1992), o mercado de arte no Brasil sofreu queda nos preços e nas vendas "...os marchands falam num tombo de 80% nas vendas entre 1989 e 1991." Este declínio nas vendas pode ser explicado pela recessão econômica do país mas também deve se levar em conta a artificialidade dos preços no decorrer de década de oitenta.

De acordo com o jornal *Folha de São Paulo* (12.abril.1992), o mercado apresentava no primeiro semestre de 1992 um aumento da demanda por obras de arte e uma tendência à alta dos preços dos ativos que estavam declinando desde 1989. Ainda segundo o jornal a predominância das transações se daria no âmbito das obras acadêmicas tradicionais.

Em momentos de crise econômica, aprofundamento da recessão, por um lado os galeristas procuram trabalhar com autores já conhecidos no mercado evitando os riscos, por outro lado pode-se observar que pelo fato das obras de artistas novos terem preços mais acessíveis, alguns galeristas optam por transacionar este tipo de obra. Por exemplo, em 1992, enquanto várias galerias de São Paulo, devido a um declínio nas vendas mudaram suas sedes para continuar trabalhando com os autores mais consagrados, a Galeria Croqui em Campinas realizou um leilão com trabalhos de artistas novos e obteve sucesso.³

3 As obras de arte do artista Roseno, capítulo 3.

A obra de arte como ativo representa uma alternativa de valorização do portfólio dos agentes além de proporcionar prazer estético. O mercado deste ativo apresenta três componentes básicos que mostram a sua importância frente aos outros ativos : "...segurança, valorização e liquidez são as três cores primárias do mercado de investimento em arte." (Figueiredo apud Pinho(1988)).

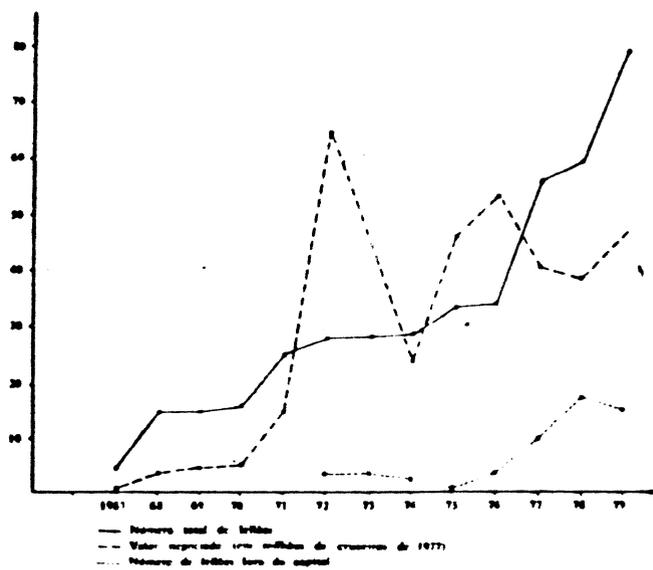
A evolução das transações no mercado de arte no Brasil isto é, o estabelecimento e desenvolvimento deste mercado está diretamente relacionado à informação cultural do público, da existência de recursos financeiros, e da crescente aceitação da obra de arte como ativo com altas possibilidades de ganho.

O mercado de arte hoje transaciona um volume considerável de riqueza que é difícil quantificar devido a transações que ocorrem fora do âmbito oficial.

Uma análise mais completa da evolução do mercado de arte no Brasil pressupõe o mapeamento das transações que são efetuadas fora do circuito das galerias e leilões. Não dispondo de dados quanto a esta parcela do mercado, o estudo se restringe aos locus de transações oficiais.

enquadram-se neste perfil de artistas novos com mercado propício e maior possibilidade de valorização em relação aos já consagrados.

LEILÕES DE ARTE NO ESTADO DE SÃO PAULO - 1967-1979



Fonte: FUNTA COMERCIAL DO ESTADO DE SÃO PAULO (levantamento de campo)

ARTISTA	PREÇO PAGO EM 1.971	EM SAL MÍNIMO	EM OBTIN	MESMO PREÇO CORRIGIDO EM NOV/1985	PREÇO MÍNIMO EM NOVE/85
Portinari	90,3 mil	482,0	1.715,4	108,8 milhões	1 bilhão
Fancetti	55,7 mil	196,3	698,1	44,2 milhões	400 milhões
Viacanti	32,5 mil	173,7	617,4	39,1 milhões	300 milhões
Guignard	31,5 mil	168,2	598,4	37,9 milhões	500 milhões
Di Cavalcanti	30,9 mil	165,4	588,4	37,3 milhões	700 milhões
Raimundo	36,2 mil	140,2	498,5	31,6 milhões	130 milhões
Vicente	25,2 mil	134,6	474,9	30,1 milhões	150 milhões
Segall	21,2 mil	113,3	402,9	25,5 milhões	400 milhões
Cícero Dias	15,7 mil	84,1	299,2	18,9 milhões	100 milhões
Ismael Nery	13,6 mil	72,9	259,3	16,4 milhões	500 milhões
Volpi	13,1 mil	70,1	249,3	15,8 milhões	100 milhões
Marcier	12,6 mil	67,3	239,3	15,1 milhões	100 milhões
Teruz	11,5 mil	61,6	219,4	13,9 milhões	100 milhões
Djanira	11,4 mil	58,8	209,4	13,2 milhões	70 milhões
Bandeira	7,3 mil	39,2	135,6	8,8 milhões	120 milhões
Bianco	6,3 mil	33,6	119,6	7,5 milhões	60 milhões
Castagneto	5,7 mil	30,8	109,7	6,9 milhões	150 milhões
Scliar	5,2 mil	20,8	99,7	6,3 milhões	40 milhões
Mabe	4,7 mil	25,2	89,7	5,6 milhões	60 milhões
Graciano	3,1 mil	16,8	59,8	3,7 milhões	100 milhões
A. Timóteo	3,0 mil	16,2	57,8	3,6 milhões	40 milhões
Tomie	2,9 mil	15,7	55,8	3,5 milhões	80 milhões
Zanini	1,8 mil	10,0	35,9	2,2 milhões	80 milhões
Rebolo	1,1 mil	6,1	21,9	1,3 milhões	60 milhões
Décio Villares	1,0 mil	5,6	19,9	1,2 milhões	50 milhões
Rubem Valentim	0,8 mil	4,4	15,9	1,0 milhões	25 milhões
Navarro do Costa	0,7 mil	3,9	13,9	0,800 mil	100 milhões

Preços corrigidos em OBTN
OBTN em Nov/85 - CR\$ 63 457 22

Capítulo 2- A pintura enquanto ativo

Este capítulo expõe uma interpretação geral e teórica da pintura enquanto um ativo. Apresentar-se-á fundamentalmente os determinantes do preço de demanda do ativo em questão dando especial destaque ao seu atributo de liquidez. Será analisado o tipo de mercado em que são transacionadas as obras de arte como um adendo ao entendimento da formação do preço.

O segundo item trata das expectativas de valorização do ativo e do surgimento da convenção.

2.1 Determinantes do preço de demanda do ativo pintura e seu mercado

Em uma sociedade capitalista , os agentes procuram manter ou aumentar a sua riqueza a partir da composição de um portfólio, de uma carteira de ativos.

Segundo Reydon (1992:49) "Pode-se resumir o conjunto do portfólio de cada agente econômico como sendo composto por diversos ativos e débitos que geram fluxos de renda (positivos e negativos). Cada agente estabelece racionalmente seu portfólio, com o objetivo de maximizar os rendimentos líquidos esperados, com base nas informações de que dispõe."

Os portfólios que os agentes capitalistas possuem são constituídos de diversos ativos os quais têm diferentes atributos. Estes atributos determinam o preço do ativo. O preço de demanda de um ativo é calculado através do seu fluxo esperado F derivado de uma aplicação composto por:

1) um fluxo monetário de receitas Q deduzidos os custos operacionais;

2) custos de manutenção do ativo em carteira (C);

3) um fluxo L decorrente do grau de liquidez do ativo.

A partir destes fluxos que compõem o fluxo esperado F , pode-se chegar à determinação da eficiência marginal do ativo.

A equação que determinará a eficiência marginal do ativo será:

$$r = q - c + l$$

sendo q , c e l , taxas correspondentes aos fluxos Q , C e L .

Segundo Keynes (1936:155), esta equação "... $q - c + l$ é a taxa de juros específica de qualquer bem, onde q , c e l se medem em unidades de si mesmo como padrão."

Se levarmos em conta os vários períodos em que o ativo possui rendimentos, teremos que considerar a sua taxa de capitalização. Esta taxa, que é função inversa da taxa subjetiva de juros, atualiza os rendimentos esperados, levando-se em consideração o grau de confiança dos agentes, ou suas expectativas em relação ao mercado do ativo. Quanto menor a incerteza diante do futuro em relação às estimativas de rendimento do ativo, maior a taxa de capitalização associada.

2.1.1. A não existência de Q

Os atributos que determinam o preço de demanda dos ativos são Q , C e L . No caso específico da aplicação em pintura, os atributos a serem destacados serão C e L visto que não há um fluxo monetário de receitas Q para este tipo de ativo. O fluxo Q diz respeito aos rendimentos provenientes da utilização produtiva do ativo (capital fixo ou circulante). O ativo pintura não apresenta rendimentos desta natureza portanto, o fluxo Q e sua taxa correspondente q não têm lugar na determinação do preço de demanda do ativo em questão.

2.1.2. O custo de manutenção

O custo de manutenção c , "é o custo monetário necessário para a manutenção e posse de um ativo no portfólio." (Reydon, 1992:52). O custo de manutenção do ativo, segundo Reydon (1992:52) comporta "...o custo de transação do ativo, os custos para obter informações para manter o ativo em carteira, a depreciação do mesmo e, se for adquirido através de financiamento, os custos financeiros acrescidos de uma provisão para o risco de não conseguir saldá-lo.

O custo de manutenção do ativo pintura abrange os custos com transporte da obra, com o seu financiamento e os custos decorrentes da sua conservação tais como um espaço físico adequado para evitar a deterioração da obra (luz, temperatura, umidade), restaurações, entre outros e deve ser levado em conta no momento de aquisição do ativo.

2.1.3. A liquidez

É importante frisar o conceito de liquidez. Um ativo é tanto mais líquido quanto maior for a sua possibilidade de ser trocado pelo ativo monetário (convertível em qualquer outro) sem perda de capital. Quanto mais líquido o ativo menor o custo envolvido em sua troca por outro. O prêmio de liquidez segundo Keynes é a possibilidade de um ativo ser " realizável com maior certeza a curto prazo sem perdas. Nas palavras de Reydon (1992:52) "(...)a liquidez de um ativo é determinada pela sua capacidade de se realizar no mercado "spot", com maior certeza, no prazo mais curto sem que o ato de vendê-lo acarrete perdas." De acordo com Macedo e Silva(1990:27), "esta definição sugere que a liquidez apresenta duas dimensões":

a) da rapidez com que se pode realizá-lo (dimensão-tempo da liquidez) e

b) da possibilidade de realizá-lo sem perda de capital (dimensão-preço da liquidez)

Segundo Licha (1989:48) "...deve-se distinguir, por um lado, que cada ativo tem um certo grau de liquidez que lhe é próprio, e por outro, que essa liquidez varia com mudanças na quantidade a demandar ou a oferecer do ativo..." Ou seja, a liquidez de um ativo possui um componente estrutural e um componente conjuntural.

Como coloca Reydon (1992:53), "(...) o prêmio de liquidez proporcionado por um ativo reflete tanto características próprias, inclusive conjunturais, do mesmo- relacionadas a organização de seu mercado secundário, entre outros aspectos- quanto as condições gerais de incerteza, e portanto de liquidez, da economia,

que pode levar a maior ou menor valorização dos atributos de liquidez dos ativos. "Portanto a pintura apresenta liquidez estrutural e liquidez conjuntural. O componente conjuntural da liquidez da pintura está relacionado às condições de incerteza geral da economia. Por outro lado o componente estrutural está expresso na existência de um mercado secundário organizado em galerias, antiquários e mesmo entre os diversos colecionadores e depende, entre outros fatores, do quanto a obra está sendo demandada no mercado naquele momento.

O mercado de pintura tem estabelecido um índice de liquidez sendo que pode ser definido por: o total das telas arrematadas (no caso de um leilão) ou telas compradas (no caso de uma galeria) sobre o total de telas ofertadas. Isto significa que a liquidez varia de acordo com a quantidade ofertada e a quantidade demandada do ativo em questão.

"O estado de liquidez dos mercados é uma questão de grau, que não só muda de ativo para ativo, mas também muda na medida em que aumenta a facilidade de realização do ativo, ou seja, será tanto maior quanto maior for o excesso de demanda no mercado." (Licha, 1989:182). O excesso de demanda pelo ativo pintura pode ocorrer por diversas razões. Quando o poder de compra de potenciais investidores aumenta ou quando há uma fuga para ativos reais, a demanda pelo ativo pintura se expande, após comparação com os ganhos esperados de outros ativos líquidos. Podemos citar como exemplo o "milagre econômico" e o Plano Cruzado e os correspondentes booms de vendas em arte para ilustrar os casos acima descritos.

2.1.4. O atributo "a" - valorização patrimonial

Segundo Reydon(1992:50)" o preço de demanda de um ativo (...) é dado pela seguinte equação:

$$P = q - c + l + a$$

onde o termo "a" representa a apreciação (valorização) do ativo, em termos monetários, no seu mercado spot."

Ainda segundo Reydon (1992:53) "...Ao estabelecer seu preço de demanda para um ativo, (...), o agente computa também o possível ganho que obterá quando da sua revenda no mercado "spot"..." O componente "a" é chamado ganho patrimonial.

Quando o ativo é a pintura, devido a suas especificidades, o atributo a será considerado na análise. Este atributo (a) para muitos autores pode estar contido no conceito q, porém neste trabalho se considera a como uma característica do ativo separadamente, porque o conceito de q é o de rendimento proporcionado pela utilização produtiva do ativo.

2.1.5. Preço e mercado

O preço de demanda do ativo pintura será determinado, pelas expectativas dos agentes quanto aos fluxos C, L, A, portanto, por c, seu custo de manutenção, por l, referente ao fluxo implícito de liquidez do ativo, e por a, seu ganho patrimonial. A equação referente ao preço de demanda do ativo pintura será:

$$P = _ c + l + a$$

Levando-se em conta os vários períodos em que o ativo tem rendimentos, consideramos a taxa de capitalização C na definição do preço de demanda do ativo. Nas palavras de Reydon (1992:57) " O fator de capitalização C permite atualizar os rendimentos previstos para os períodos futuros em que se espera manter o ativo, razão pela qual é função inversa da taxa subjetiva de juros, ou de preferência intertemporal, associada especificamente à posse deste ativo. Assim a taxa de capitalização é positivamente influenciada pelo grau de confiança dos agentes nas estimativas das receitas monetárias futuras do ativo, assim como pelo estado de confiança geral (baixa incerteza)."

A taxa de capitalização C multiplicada pelos fluxos de rendimentos esperados do ativo resultam no seu preço de demanda . Assim o preço de demanda do ativo pintura será :

$$Pd = C (- C + L + A)$$

Esta equação expressa a formulação geral do preço de demanda do ativo pintura. O preço de mercado do ativo será definido no confronto entre o preço de oferta (determinado assim como o preço de demanda pelas expectativas dos agentes quanto aos seus ganhos futuros) e o de demanda no mercado, levando-se em conta o seu estado de liquidez. Segundo Licha (1989:85), conforme seja o estado de liquidez, " haverá preponderância do preço de oferta ou de demanda na determinação do preço efetivo de mercado em cada período de mercado." Desta forma, este preço deve ser analisado levando-se em consideração o tipo de mercado em que o ativo está inserido.

"Os mercados são os espaços onde os capitalistas

esperam valorizar seus capitais" (Possas(1985). Existem dois tipos básicos de mercado nas economias capitalistas: o "fix" e o "flex".

No mercado de bens de preço fixo (fix), os preços têm como base o mark-up sobre o custo direto. De acordo com Reydon (1992:55) "Nos mercados destes bens há manutenção de algum estoque, mas normalmente a manutenção de estoques não é a forma básica de obtenção de lucros, não havendo muito espaço para a atuação de intermediários na comercialização."

O mercado de preços flexíveis, ou especulativo tem como característica a determinação dos preços pela lei da oferta e da procura havendo agentes privilegiados detentores de estoques. Segundo Hicks (1987:25), "...num mercado de preços flexíveis, apesar de aparentemente serem determinados pela demanda corrente pela mercadoria e por novas ofertas futuras, são, na realidade, determinados pela disposição dos comerciantes em manter os estoques." No mercado de preços flexíveis há manutenção de estoques para efeito especulativo.

2.1.6. Análise do mercado de pintura

O mercado de arte, de uma forma geral, não se encaixa na definição fix pois este tipo de mercado se relaciona normalmente a produtos industrializados tendo os custos diretos um papel condicionante na formação dos preços. Os custos diretos no caso da pintura (material) não determinam a formação de seu preço. A qualidade da obra, o nome do autor, sua unicidade, originalidade, entre outras

características subjetivas interferem mais no seu preço do que o custo com matéria-prima.

O mercado em questão está mais próximo da definição "flex". Conclui-se isto a partir da constatação empírica de que há estocagem de pinturas por marchands e colecionadores especulativos.

A estocagem possibilita retirar do mercado o excesso de obras de determinado autor, guardando-as para apresentá-las ao mercado em um segundo momento já valorizadas. Em outros termos, estoca-se pinturas de um determinado tipo ou autor, lançando-as gradativamente no mercado observando a sua valorização. O passo seguinte à valorização pode ser a venda do estoque, possibilitando ao detentor um ganho especulativo.

2.2 As expectativas e a convenção

A aplicação em um ou outro ativo depende das expectativas em relação à valorização deste ativo no mercado em um tempo futuro. Segundo Reydon (1992:54) "É na concorrência entre os agentes, ao estabelecerem seus preços de demanda e de oferta, que as expectativas se expressam.". As expectativas, de acordo com a visão keynesiana, são realizadas diante de um contexto de incerteza em relação ao futuro. Para minimizar a incerteza quanto à valorização dos ativos, os agentes adotam um comportamento convencional, isto é, a opinião média a respeito das perspectivas do mercado. Segundo Possas (1989:12) "...se a incerteza é compartilhada pelos agentes e não pode ser suprimida por mais informação, e se os

efeitos das decisões dos agentes afetam a todos—especialmente os que atuam no mesmo mercado—é lógico que se busque conhecer a opinião média a respeito de suas perspectivas futuras; se tal média for bastante representativa(...) estará indicando uma convergência, e portanto uma tendência provável do mercado em termos das variáveis consideradas. A este procedimento coletivo e interativo de formação de expectativas Keynes denominou convenção.”.

A convenção é um processo adotado pelos agentes possuidores de riqueza para minimizar a incerteza diante do futuro. Ao adotar a convenção o agente capitalista está se baseando na opinião dos diversos agentes que atuam no mercado.

De acordo com Licha o comportamento convencional dos agentes econômicos ou "...a convenção exprime: 1) o caráter ao mesmo tempo subjetivo e objetivo de toda decisão capitalista, 2) a natureza especulativa da mesma." (Licha-1989:26). E ainda, "As convenções baseiam-se na confiança a respeito das avaliações realizadas, ou mais precisamente na liquidez de cada um dos ativos." (Licha-1989:28). Isto é, leva-se em conta no momento de aquisição de um ativo o caráter expectacional da decisão de aplicar de acordo com o estado de confiança vigente, baseando-se na perspectiva de valorização do ativo e de sua liquidez. Neste sentido, a liquidez de um ativo está relacionada à conveniência ou segurança potencial que este ativo proporciona ao fazer parte do portfólio dos agentes.

No contexto do mercado de arte, especialmente o de

pintura, a opinião média a respeito da valorização ou não de determinada obra se faz pelos agentes deste mercado e também pelos críticos de arte e especialistas. É neste sentido que se coloca a existência de uma vanguarda que revela artistas através de considerações de caráter técnico-artístico e pelo seu gosto pessoal, influenciando os agentes a investir em determinado autor ou obra.

É necessário fazer a ressalva de que o preço, seu componente a, de uma pintura é também determinado pelo tempo em que se encontra o artista em atividade, o momento em que a obra foi realizada (as pinturas de maior valor são as de período de baixa produção artística), a posição relativa na hierarquia de reconhecimento cultural do artista, além de outros fatores que vão desde prêmios em salões até a competência do marchand ou colecionador.

Capítulo 3 - Estudo de Caso : o pintor Antonio Roseno de Lima 4

Neste capítulo mostra-se um caso no qual houve a intervenção de alguns agentes na transformação da obra de um artista entrante no mercado, o pintor Antonio Roseno de Lima, em um ativo com mercado estabelecido.

Aqui se observará como ocorre um processo de entrada de um artista no mercado, no caso, o pintor primitivista Roseno. O objetivo deste capítulo é mostrar efetivamente como ocorre o ingresso da obra de um pintor desconhecido no mercado, sua obra tornando-se ativo, através de um processo de formação de uma convenção.

A entrada da obra de um artista desconhecido em um mercado já estabelecido se inicia com a aprovação do próprio meio artístico, isto é, a aceitação da obra no mercado passa pelo crivo dos artistas já consagrados. A partir da avaliação e aprovação destes artistas, que denominamos vanguarda, a obra do artista desconhecido passa a ter acesso aos canais de divulgação, possibilitando a propagação da convenção e a transitar no mercado.

O artista contemporâneo Geraldo Porto 5 foi o iniciador do processo de entrada do pintor Roseno no mercado de arte. Geraldo Porto descobriu o trabalho de

4 Baseou-se em entrevista com Afonso de Castro, arquiteto, colecionador de obras de artistas contemporâneos de Campinas (Mário Bueno, Tomás Perina, Geraldo Porto, entre outros). Participou de organização de exposições de arte.

5 Geraldo Porto é professor do Instituto de Artes da UNICAMP, foi diretor do Museu de Arte Contemporânea de Campinas (MACC) e é artista contemporâneo.

Roseno ao visitar uma exposição de artistas primitivistas, interessou-se pela obra, montou um acervo e influenciou os demais agentes do mercado.

3.1. Histórico

Em 1988 houve uma exposição coletiva de artistas primitivistas organizada por Iracema Salgado, coordenadora das Galerias do Centro de Convivência Cultural, atual diretora do MACC, na qual estava, entre outros, o trabalho de Roseno.

De acordo com a Gazeta Mercantil (13.março.1990), "...ter uma peça em museu- no acervo permanente ou mesmo em exposição temporária- dá grande currículo e "status" ao artista, e com "status" sobem demanda e preço, pode haver muitas perspectivas de valorização para muitos vanguardistas.". No caso de Roseno, o fato de ter participado de uma coletiva nas Galerias do Centro de Convivência, equivalente a um museu por ser um espaço público e possuir um acervo, significou a possibilidade de ser descoberto por outros artistas e entrar no mercado.

O processo que ocorreu a partir desta mostra de arte no Centro de Convivência até o artista projetar-se no mercado é descrito em seguida e no item 3.2.

Geraldo Porto visitou a exposição e se impressionou com o trabalho de Roseno, percebendo que a pintura deste artista diferia das demais e que sua obra estaria mais próxima das questões da arte contemporânea do que do primitivismo. Para Geraldo, Roseno era um artista novo, contemporâneo, e que possuía uma obra muito original.

O que mais chamou a atenção de Geraldo Porto no trabalho de Roseno foi o suporte diferenciado da obra, feita de latas de óleo ao invés de tela de tecido, a composição da pintura, o tratamento que dá à figura, os signos que utiliza e o fato do artista escrever sobre a tela. A obra de Roseno, sua ligação com a arte brut, inclusive foi tema de dissertação de mestrado de Geraldo Porto.

Geraldo Porto interessou-se pela obra de Roseno, buscou um contato com o pintor, adquiriu obras do artista formando um acervo pessoal e mostrou o trabalho de Roseno a outros artistas.

Roseno tem 67 anos, mora em Campinas há 10 anos, em uma favela (bairro Três Marias), onde é também o seu atelier, pinta há 20 anos e se tornou artista depois de ter atuado em diferentes atividades tais como fotógrafo de "lambe-lambe", dono de um pequeno bar, etc.

Roseno realiza seu trabalho em pintura por etapas, fazendo uma produção em série. Primeiro abre as latas fazendo os suportes, então passa uma camada de tinta como base em todas as "telas", desenha a mesma figura em cada uma, e pinta com tinta solúvel em água, tinta guache. A mesma figura pode se apresentar com tonalidades diferentes em cada trabalho do artista. Os temas são figuras populares, como palhaços e bêbados, pássaros e animais. Nas palavras de Roseno: "...Eu pinto de uma forma que quase ninguém faz." (Correio Popular (8.jul.1986)).

No jornal campineiro Correio Popular de 8 de julho de 1986, Roseno concede uma entrevista onde coloca que gosta de pintar para os amigos, mas que gostaria que sua obra

fosse vista por mais pessoas e que não conseguia expor nas galerias de Campinas. Quando conhece Geraldo Porto, também artista e já conhecido no mercado, Roseno passa a ser avaliado por outros artistas e sua obra começa a ganhar espaço dentro do meio.

3.2. Transformação da pintura em ativo : o papel da convenção

Neste item coloca-se como ocorreu este comportamento convencional e como a pintura de Roseno foi inserida no mercado. O trabalho de Roseno, aceito pelo meio artístico, passa a transitar no mercado, a partir de uma exposição em galeria renomada, efetivando a convenção.

Geraldo Porto indicou ao galerista Ricardo Trevisan, proprietário da Casa Triângulo e especialista em artistas novos a serem lançados no mercado, a obra de Roseno.

Ricardo Trevisan, Geraldo Porto, Afonso de Castro entre outros artistas e investidores, observaram a obra de Roseno, reconhecendo o seu valor artístico e atribuíram a ela um valor de mercado (em torno de US\$ 100)³.

Na entrevista com Afonso de Castro, ele descreve como foi o episódio da avaliação do galerista e de outros investidores ao se depararem com a obra de Roseno. Foram selecionando as pinturas de acordo com o gosto pessoal de cada um, separando algumas para comprar e auxiliando o negociador de arte, Ricardo Trevisan, a escolher as obras para uma exposição em São Paulo.

³ O preço de demanda , seu cálculo, remete ao capítulo 1 e será mais explorado no decorrer deste capítulo.

As obras de artistas novos a partir de 1988 ganharam mercado e muitas vezes valorizaram-se mais do que as de artistas modernos e acadêmicos⁴. Isto explica o interesse da Casa Triângulo, aberta em outubro de 1988, em expor artistas novos com grande possibilidade de valorização no mercado.

De acordo com a Gazeta Mercantil (5.nov.1992), "...A recessão está (...) encorajando galerias a apoiar talentos mais jovens", isto é desconhecidos; tendência, agora generalizada, que se expressa desde 1988. A Casa Triângulo se antecipou a esta tendência geral, investindo em novos artistas desde a sua fundação.

A dinâmica geral do mercado de arte neste momento da exposição de Roseno pode ser definida como de baixos níveis de transação de obras de modernistas e acadêmicos renomados, devido aos altos preços e à recessão. A obra de Roseno neste contexto teve aceitação em parte pelo momento vivido pelo mercado, isto é, havia uma forte tendência de investir-se em artistas novos e em obras mais acessíveis.

Pode-se atribuir à recessão e ao aumento do interesse do investidor em arte por obras contemporâneas de artistas novos, uma parcela da iniciativa para se aplicar na arte de Roseno. Porém, as expectativas em relação aos atributos do ativo (a valorização patrimonial e a futura liquidez) foram as medidas do cálculo capitalista que efetivaram a aquisição das obras.

O cálculo capitalista é realizado a partir de

⁴ Segundo a Gazeta Mercantil (13.março.1990), em 1988 a obra do vanguardista Cildo Meireles saltou de US\$ 3 mil para US\$ 8 mil, ou seja, obteve uma valorização de aproximadamente 167% em apenas um ano.

expectativas de ganho em relação ao ativo no qual deseja-se investir. As expectativas são formuladas em um contexto de incerteza. Procurando minimizar o seu risco diante da incerteza, os agentes adotam um comportamento convencional. No caso da pintura, este comportamento convencional está diretamente ligado à entrada de uma nova obra no mercado.

O processo de avaliar a pintura enquanto um ativo passível de ser transacionado ocorre através de um comportamento convencional de formação de expectativas em relação às possibilidades de valorização do ativo em questão. Desta forma, a obra de Roseno adquiriu valor monetário, tornando-se um ativo.

Ao reconhecerem o valor artístico da obra de Roseno, os artistas, galeristas e investidores formaram uma expectativa quanto aos possíveis ganhos futuros com o ativo, observando o preço de venda dado pelo artista (baixo) e o preço ao qual poderia ser transacionado na exposição.

O preço ao qual foi transacionado a obra de Roseno proporcionou aos investidores iniciais, formadores da convenção, um ganho de valorização patrimonial "a", pois o preço da exposição excedia o valor de mercado dado à obra em 50 % e em muito o preço cobrado pelo artista.

A Casa Triângulo de Ricardo Trevisan promoveu em setembro de 1991 uma exposição individual das obras de Roseno, com curadoria de Geraldo Porto, fazendo a sua divulgação e obtendo 50 % do total transacionado na mostra. A exposição de Roseno, organizada por temas e muito bem montada, ganhou a capa da Folha Ilustrada e

cobertura da Rede Globo de Televisão.

As obras na exposição foram vendidas por preços variando entre US\$ 150 e US\$ 200 e foram adquiridas principalmente por colecionadores.

O processo por que passa uma obra de arte para ser aceita no mercado como um ativo e portanto objeto de demanda de investidores se inicia pela descoberta desta obra por um ou mais artistas. O consenso a respeito da obra do artista entrante pelo próprio meio se generaliza e se desdobra em avaliações de galeristas, críticos de arte, diretores de museus, entidades de apoio às artes.

A obra de arte com reconhecido valor artístico se transforma em valor monetário tornando-se um ativo de interesse de investidores na composição de seus portfólios.

A convenção, entendida como a antecipação em relação ao mercado quanto as expectativas de ganho de um ativo e como a generalização desta opinião, é formada no mercado de arte primeiramente pelos artistas, e então, galeristas, críticos de arte, colecionadores, entre outros agentes.

A obra de arte se transforma em um ativo quando ocorre um processo de reconhecimento do valor artístico da mesma, mas principalmente pelo modo como os agentes relevantes deste mercado atuam em relação às expectativas de ganho em relação a esta obra.

Pode ocorrer a situação em que uma obra tenha valor artístico reconhecido mas não se transforme em um ativo.

Resumo e Conclusões

Esta monografia teve como problema de pesquisa a indagação a respeito das condições em que uma obra de arte é aceita como um ativo. Em outras palavras, buscou-se saber quando e como uma obra de arte tem seu valor artístico reconhecido se tornando um ativo.

O primeiro capítulo mostrou quando é possível a transformação de uma obra de arte em um ativo, isto é, em que momentos pode ocorrer a entrada de um artista novo no mercado. O mercado de arte se amplia com o início da comercialização das obras de modernistas, além dos acadêmicos já tradicionais, na sua etapa de formação e consolidação do mercado. Nos anos oitenta, com a pluralidade de tendências artísticas, com a entrada de novos talentos, o mercado também se amplia, aumentando demanda e oferta. A partir de 1988, passa-se a apostar mais nos artistas novos em contraposição à queda nas vendas dos artistas supervalorizados. É neste contexto que se insere a entrada da pintura de Roseno.

No segundo capítulo, ao analisar os atributos dos ativos em geral e a correspondência com a obra de arte, desvendou-se quais os componentes mais significativos no estabelecimento das expectativas para o ativo obra de arte. Concluiu-se que a valorização patrimonial (a) e a liquidez são os principais atributos do ativo em questão.

O caso Roseno mostra que houve, a partir de sua entrada no mercado, um ganho patrimonial e de liquidez para os investidores iniciais.

A explanação a respeito da convenção mostrou como a

pintura passa a ter valor monetário e ser um ativo.

A hipótese inicial levantada foi a de que uma pintura é aceita no mercado a partir do momento em que é referendada como obra de arte por uma galeria ou marchand e, nesse momento, passa a ser um ativo líquido sendo seus preços determinados pelas expectativas dos diversos agentes que atuam neste mercado em relação a seus ganhos futuros.

A confecção da monografia mostrou que a uma pintura entra no mercado a partir do momento em que é chancelada enquanto valor artístico, isto é, o ingresso de uma obra de arte no mercado passa pela avaliação de artistas. Desta forma, acrescenta-se à hipótese inicial que a obra de arte é inicialmente referendada pelo próprio meio artístico, sendo então chancelada no mercado pelos galeristas, críticos, entre outros, que formam a vanguarda.

O estudo de caso veio mostrar que a obra de arte passa por um processo de aceitação inicialmente dentro do próprio meio artístico, isto é, a primeira avaliação quanto ao valor artístico da obra e sua possível comercialização não é feito por galeristas mas sim pelos artistas já presentes no mercado. A galeria, os críticos, diretores de museus e outras entidades ligadas à arte, participam, juntamente com os investidores da continuação do processo, referendando as avaliações dos artistas.

O processo de tomada de decisão quanto à aceitação de uma pintura enquanto um ativo, ou seja, o movimento que leva a obra de arte a ser inserida no portfólio dos agentes, se inicia no próprio âmbito dos artistas e especialistas e se propaga no interior do mercado.

A "vanguarda", como foi chamada no projeto desta monografia, definida como os agentes que se antecipam à tendência geral do mercado de arte, tem um paralelo com a convenção keynesiana em relação aos ativos. É esta vanguarda que ao formar uma convenção, chancela a obra de arte como ativo.

Esta monografia conclui que é a partir de uma convenção que a obra de arte passa a transitar no seu mercado como um ativo.

Bibliografia

Amaral, Aracy A. (1984)- *Arte para quê ? A preocupação social na arte brasileira 1930-1970* - São Paulo, Editora Nobel- 1984

Bastide, Roger (1979)- *Arte e Sociedade* - tradução de Gilda Mello e Souza - São Paulo- Editora Nacional- 1979

Coli, J. (1988)- *O que é arte* - São Paulo- Editora Brasiliense - Coleção Primeiros Passos

Costa, F.N.- (1989)- *A reforma e a realidade do mercado financeiro-Relatório final de pesquisas-Convênio FECAMP/FUNDAP*

Durand, J.C. (1984)- "*Expansão do mercado de arte em São Paulo-1960-1980*" in Miceli, S.- *Estado e cultura no Brasil* . DIFEL

Durand, J.C. (1989)- *Arte, privilégio e distinção- artes plásticas, arquitetura e classe dirigente no Brasil, 1855/1985*. Editora Perspectiva. São Paulo

Exame- 23.janeiro.1991

Folha de São Paulo - vários números

Gazeta Mercantil - vários números

Gouvêa, R.M. (1988)- "*Mercado de arte- saudades dos preços de ontem*" in *Artescultura Revista*- n.3- novembro/dezembro 1984

Gullar, F. (1985)- *Etapas da arte contemporânea* - São Paulo- Editora Nobel- 1985

Head, Herbert (1981)- *A arte de agora, agora - uma introdução à teoria da pintura e escultura moderna* - Editora Perspectiva - 1981

Hicks, J. (1975)- *A crise na economia keynesiana* Edições Vértice-São Paulo.

Keynes, J.M. (1936)- *A Teoria Geral do Emprego, do Juro e da Moeda* -tradução de Mário R. da Cruz. São Paulo- Nova Cultural- 1988 (Coleção Os Economistas)

Licha, A.L. (1989)-*Preços numa economia capitalista (Uma análise das determinações gerais para a sua dinâmica)*-Dissertação de mestrado em Economia- UNICAMP- Campinas

Macedo e Silva, A.C. (1990)- *Uma introdução à teoria macroeconômica* - IE - UNICAMP- 1990

Pinho, D.B. (1988)- *A arte como investimento-a dimensão econômica da pintura*- Editora Nobel, Edusp- São Paulo.

Reydon, B.P. (1992) - *Mercados de terras agrícolas e determinantes de seus preços no Brasil: um estudo de caso.* - Tese de doutoramento em Economia apresentada no Instituto de Economia da Universidade Estadual de Campinas - UNICAMP - Campinas - mimeo.

Sevcenko, N. (1988) - *O enigma pós-moderno in Pós-Modernidade* - Editora UNICAMP, 1988

wolfe, Tom (1987) - *A palavra pintada* - tradução de Lia Alverga - Wyler - Porto Alegre - L & PM, 1987