

Assimetria de informação no mercado da arte: limões e abacaxis

Novembro de 2020

Katya Hochleitner¹

Em 2015 o empresário Abílio Diniz e sua mulher Geyze promoveram um jantar com mais de 50 pessoas em sua casa, em São Paulo. Durante o evento os convidados puderam admirar a coleção de arte do casal, que decorava sua residência.

Dias após o evento, Heitor Martins, então diretor-presidente do MASP-SP, ligou para Abílio e colocou em dúvida a autoria de dois quadros de Volpi: “Bandeirinhas” e “Bandeirinhas com Mastro”. As telas falsas estariam, de acordo com Martins, “contaminando” a coleção de obras de arte do casal.

O pintor das obras, Alfredo Volpi, já falecido, imigrou da Itália para o Brasil aos dois anos de idade e obteve reconhecimento tardio no mundo da arte, perto de seus 60 anos. Suas obras mais características são modernistas e apresentam bandeirinhas coloridas e/ou casarios.

De acordo com o website “MutualArt”, obras de Alfredo Volpi já foram oferecidas em leilões internacionais a preços entre 1.200 e 842.500 dólares, dependendo da técnica e do tamanho.

Desde 2012 a catalogação e verificação das obras de Volpi é responsabilidade do Instituto Volpi, que também define se uma obra é verdadeira ou falsa. Anteriormente esta função pertencia à filha de Volpi, Eugênia Volpi Pinto. Em 2007, época da compra das pinturas em questão, Abílio teria recebido do galerista os devidos certificados de autenticidade e fotos das obras com Eugênia.



O pintor Alfredo Volpi (fonte: site Instituto Volpi)

Corre uma batalha judicial sobre tais pinturas. De um lado, Abílio e Geyze Diniz processam a Galeria Pintura Brasileira, de São Paulo, onde compraram

os dois quadros. Do outro lado, está o marchand Marcelo Barbosa, dono da galeria.

O assunto tem gerado tal interesse que foi matéria no programa Fantástico, da TV Globo, em 26 de agosto último.

Empresário de sucesso e ex-aluno da FGV, Abílio tem 84 anos e uma fortuna estimada em 2,3 bilhões de dólares, de acordo com o ranking 2020 da Revista Forbes.

Em 2019, numa audiência de conciliação, o advogado de Abílio recusou a proposta de Marcelo devolver sua comissão no negócio. Mais tarde o perito João Carlos Lourenço, indicado pela justiça, atestou as obras como falsificações. O casal Diniz exige uma indenização por danos morais de aproximadamente 200 mil reais.

É importante notar que isto pode acontecer em qualquer lugar do mundo. Em 2019 foi noticiado que o príncipe Charles, herdeiro do trono inglês, teria exibido em sua casa em Dumfries (Escócia), sem saber, obras falsas de Dali, Picasso e Monet. As obras teriam sido emprestadas pelo empresário falido James Stunt e o valor total delas, se fossem verdadeiras, seria de 136 milhões de dólares.

Esses dois fatos, um no Brasil, outro na Escócia, demonstram efeitos maléficos da desigualdade no nível de informação, ou assimetria informacional, entre diferentes agentes do mercado. Neste aspecto o mercado da arte parece ser similar aos

mercados descritos por George A. Akerlof, professor da Universidade da Califórnia, em seu artigo que o fez merecer o “Nobel Prize in Economic Sciences” de 2001: “The Market for Lemons: Quality Uncertainty and the Market Mechanism” (1970).

Em seu artigo, de apenas 13 páginas, Akerlof demonstra como a assimetria informacional afeta a economia, relacionando qualidade e incerteza. A premissa da circulação livre da informação entre todos os agentes do mercado, tão cara aos economistas clássicos, nem sempre é verdadeira.

Akerlof explica o fenômeno usando dados teóricos, em que compara informações simétricas e assimétricas por meio da função utilidade. E exemplifica o que chama de “adverse selection” (seleção desfavorável) com dados de quatro mercados: carros usados, seguro saúde, emprego de minorias e crédito em mercados subdesenvolvidos.

No mercado de automóveis, Akerlof queria entender por que os preços dos carros usados recém-saídos da concessionária caem tanto em relação ao preço de um carro zero-quilômetro. Ele partiu da premissa de que os compradores preferem comprar carros novos a usados porque suspeitam daqueles que vendem carros usados. Pensariam: “Se ele quer vender, talvez o carro não seja bom.” Akerlof chamou os carros usados de má qualidade de “lemons”. Em versão livre para o português, seriam “abacaxis”.

O ideal seria que houvesse o mercado de carros usados “bons” (mais caros) e o mercado dos “lemons” (abacaxis, mais baratos). Mas isto não acontece na vida real. O preço de um carro usado bom e de um “lemon” é o mesmo, e somente os vendedores conhecem a qualidade do que estão vendendo. O vendedor que tem um carro bom não quer vender seu carro usado ao preço de mercado, determinado pelo carro de baixa qualidade. Ficariam disponíveis para a venda apenas os “lemons”. Para Akerloff, o efeito deste fenômeno seria uma redução na qualidade média dos carros ofertados e até, possivelmente, do tamanho do mercado.

Para mitigar o efeito da assimetria de informação, que impede a distinção do bom produto do mau produto, Akerlof propôs ações como: a oferta da garantia (para assegurar ao comprador a qualidade esperada); o uso de marca diferenciadora pelo vendedor (o consumidor tem a quem ou de quem reclamar); e a franquia ou o licenciamento de marca (que certifica e se responsabiliza pela qualidade).

Outro economista vencedor do Prêmio Nobel em 2001, Michael Spence, também escreveu sobre assimetria informacional em seu artigo de 1973, “Job Market Signaling”. A expressão “signaling”, em inglês, pode ser entendida em português como sinalização ou sinal. Os sinais transportariam a informação daqueles que a têm, os informados, para os agentes menos informados do mercado.

Em seu estudo Spence destaca o mercado de trabalho. Concebe um modelo que considera a contratação de funcionários como um investimento do contratante, feito sob a sombra da incerteza. Os candidatos sinalizariam suas habilidades e/ou capacidade produtiva adquirindo um determinado nível de escolaridade, que implicaria em custos psíquicos, físicos e monetários. Por fim, a percepção do contratante determinaria o salário oferecido.

Para o mercado da arte, entre os sinalizadores da qualidade de uma obra destacamos os marchands, as galerias e as casas de leilão. No artigo publicado pela Warwick Economic Society “Asymmetric information in the art market” (2019), observa-se que a informação privilegiada sobre preço, disponibilidade ou demanda por obras de arte dá prestígio e confiabilidade às galerias de arte, marchands e casas de leilão. Galerias e casas de leilões têm reputações a manter e tendem a oferecer todas as verificações necessárias para a autenticidade de uma obra. Mas eventual falta de transparência pode ocasionar preços altos artificiais, impedir a expansão do mercado e inclusive gerar “lemons” tais como um quadro falsificado. Este quadro “lemon” seria pior do que um carro “lemon”. Afinal o carro “lemon” pode ser levado a uma oficina, ser consertado e continuar sendo útil. Já o quadro “lemon” tem utilidade e valor tendendo a zero para um colecionador.

O texto da Warwick Economic Society afirma que a expansão do mercado de arte online faz as verificações ficarem mais difíceis, principalmente em transações com desconhecidos. Não só as obras podem ser falsificadas. Podem ser falsas, também, a história, as premiações, as exposições, e os elementos que constroem o nome, ou a marca, de um artista.

No mesmo artigo, a saída é indicada: a tecnologia “blockchain”, conhecida por seu uso no mercado de criptomoedas. Esta inovação opera como um livro eletrônico que armazena os registros de transações passadas e presentes, e poderia aumentar a transparência nas transações comerciais do mundo da arte. Poderia até ampliar o mercado, já que o comprador não experiente poderia verificar por quais mãos, e a que preço, a obra teria passado anteriormente.

Com o uso da tecnologia “blockchain” haveria menos chance de se comprar obras de arte “lemons”, ou abacaxis. Uma boa notícia tanto para Abílio e Geyze Diniz, como para todos os interessados em arte do mundo.

¹ **Katya Hochleitner é Bacharel em Ciências Econômicas pela FEA (USP), Mestre e Doutoranda em Estética e História da Arte (USP), e pesquisadora do FGV Invest - FGV/EESP, na área de “Arts Economics”.**

Referências

<http://assumptions.warwickeconomicsociety.com/2019/11/13/asymmetric-information-in-the-art-market/>

<http://authenticationinart.org/pdf/literature/Day-Gregory-Explaining-the-Art-MARKets-Thefts-Frauds-and-Forgeries-And-Why-the-ARt-MARket-Does-Not-Seem-to-Care.pdf>

<https://g1.globo.com/fantastico/noticia/2020/07/26/suspeita-de-falsificacao-em-obras-de-alfredo-volpi-provoca-disputa-judicial-no-mercado-das-artes.ghtml>

<https://vejasp.abril.com.br/blog/terracopaulistano/abilio-diniz-quadros-volpi/>

<https://www.aloalobahia.com/notas/obras-de-volpi-sao-alvo-de-disputa-judicial-no-mercado-das-artes>

<https://www.facebook.com/institutovolpi.com.br/photos/a.419477631436476/426797830704456>

<https://www.infomoney.com.br/perfil/abilio-diniz/>

https://www.jstor.org/stable/1882010?seq=1#metadata_info_tab_contents

<https://www.mutualart.com/Artist/Alfredo-Volpi/4FCAFB58287AD0FC/Biography>

<https://www.nobelprize.org/prizes/economic-sciences/2001/akerlof/article/>

GV Invest Short Studies Series

FGV INVEST | 28

https://www.researchgate.net/publication/340898256_the_market_for_lemons_quality_uncertainty_and_the_market_mechanism

<https://www.statista.com/statistics/183713/value-of-us-passenger-cas-sales-and-leases-since-1990/>

<https://www.ubs.com/global/en/our-firm/art/2020/artmarket-insights.html>